



محاضرات في

الكتابة للراديو والتليفزيون

اعداد

د. سكرة على البريدي

٢٠١٦

رسالة كلية التربية النوعية

كلية التربية النوعية إحدى كليات جامعة المنوفية، وهي مؤسسة تعليمية وبحثية ومجتمعية متطورة تشارك في إعداد مدرس نوعي في مجالات الاقتصاد المنزلي والتربية الفنية وأخصائي إعلام تربوي والتربية الموسيقية وأخصائي تكنولوجيا التعليم لمواكبة التطور الحادث في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستيعاب آليات السوق متصفاً في إعداده بالمعرفية والمهارية والفنية العالية في كل مجال.

نموذج رقم (١٢)

جامعة: المنوفية

كلية: التربية النوعية

قسم: الاعلام التربوي

توصيف مقرر(الكتابة للراديو والتليفزيون) للعام الجامعي ٢٠١٨ - ٢٠١٩

١-بيانات المقرر		
الرمز الكودى:	**اسم المقرر: الكتابة للراديو والتليفزيون**	**الفرقة: الثالثة**
التخصص: الصحافة	**عدد الوحدات الدراسية:**	**نظري** ٢ **عملي** ٤

٢-هدف المقرر:	١/٢ التعرف على قواعد الكتابة للراديو ٢/٢ الالمام بتقنية الكتابة للراديو ٣/٢ التمييز بين الفنون الاذاعية المختلفة ٤/٢ التمييز بين الفنون التليفزيونية المختلفة ٥/٢ يميز بين الكتابة للراديو والكتابة للتليفزيون ٦/٢ التعرف على قواعد الكتابة الاذاعية ٧/٢ إدراك أنواع البرامج الاذاعية ٨/٢ التعرف على القيم التليفزيونية وعناصر التعبير المرئي ٩/٢ القدرة على كتابة الاسكريبت
٣-المستهدف من تدريس المقرر: أن يكون الطالب في نهاية المقرر قادرًا على:	

أ-المعلومات والمفاهيم:	٣/أ/١ يشرح خصائص الراديو والتليفزيون ٣/أ/٢ يحدد تقنيات البرنامج الاذاعي ٣/أ/٣ يتعرف على تقنيات البرنامج التليفزيوني وعناصر التعبير المرئي ٣/أ/٤ يصف الفرق بين الفنون الإعلامية المختلفة وطرق كتابة السيناريو. ٣/أ/٥ يعدد مراحل كتابة الفنون الاذاعية والتليفزيونية المختلفة وطرق اجرائها. ٣/أ/٦ يذكر أنواع البرامج الاذاعية ٣/أ/٧ يوضح قواعد وخطوات كتابة البرنامج الإذاعي ٣/أ/٨ يشرح قواعد وخطوات كتابة البرنامج التليفزيوني ٣/أ/٩ يتعرف على البرامج المتخصصة في الراديو والتليفزيون البرامج الإخبارية.
ب-المهارات الذهنية:	٣/ب/١ يستخدم القوالب الدرامية للتعبير عن الرأي. ٣/ب/٢ ينقد المضامين المثارة في الاشكال البرامجية المختلفة. ٣/ب/٣ يميز بين الاشكال الاذاعية والتليفزيونية ٣/ب/٤ يفرق بين القوالب الاعلامية البرامجية ومدي مناسبتها لمناقشة المشكلات المجتمعية. ٣/ب/٥ يخطط لعمل فنون اذاعية وتليفزيونية وفق اسس متعارف عليها.

<table dir="rtl">
<tr><td>جـ- المهارات المهنية :</td><td>٣/جـ/١ يعرض برامج إعلامية في ضوء استراتيجية تربوية
٣/جـ/٢ يوظف قالب برامجي يناسب القضية المثارة
٣/جـ/٣ يطبق التقنيات الحديثة المناسبة لعمل القوالب البرامجية المختلفة.
٣/جـ/٤ ينفذ مجلة إذاعية لمواجهة ظاهرة ما
٣/جـ/٥ يعرض برنامج إذاعي وتليفزيوني مكتمل العناصر
٣/جـ/٦ يميز القالب البرامجي المناسب لمواجهة ظاهرة ما
٣/ج/٧يوظف الفنون الاذاعية المختلفة لمناقشة قضايا الرأي</td></tr>
<tr><td>د- المهارات العامـة :</td><td>٣/د/١ يعمل ضمن فريق عمل لتقييم البرامج الجماهيرية العصرية وتأثيرها.
٣/د/٢ يساعد زملائه لتنفيذ اسكريبت إذاعي
٣/د/٣ يقدر العمل الجماعي
٣/د/٤ يتواصل مع الآخرين لرفع الوعي بأهداف البرامج
٣/د/٥ يستخدم شبكة المعلومات في الحصول على أحدث ما توصلت إليه الأبحاث في مجال الكتابة للراديو والتليفزيون</td></tr>
<tr><td>٤-محتوى المقرر:</td><td>
<table>
<tr><th rowspan="2">محتوى المقرر</th><th colspan="2">عدد الساعات</th><th rowspan="2">الأسبوع</th></tr>
<tr><th>نظري</th><th>عملي</th></tr>
<tr><td>١.تمهيد وتعريف بمحتوى المقرر وتوصيفه+ خصائص الراديو والتليفزيون</td><td>٢</td><td>٤</td><td>١</td></tr>
<tr><td>٢.خصائص الكتابة للراديو، تقنية الكتابة للراديو، خصائص الكاتب الإذاعي</td><td>٢</td><td>٤</td><td>٢</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

	٣.خصائص الراديو، منتج ومخرج البرنامج الإذاعي	٢	٤	٣
	٤.تقنيات وقواعد الكتابة الاذاعية	٢	٤	٤
	٥.مهارات الاتصال الفعال، الاستديوهات الاذاعية	٢	٤	٥
	٦.الحديث والحوار الإذاعي، المناقشات	٢	٤	٦
	٧. اختبار منتصف الفصل الدراسي	٢	٤	٧
	٨.الندوات والريبورتاج والمجلة الإذاعية	٢	٤	٨
	٩.التليفزيون والنص التليفزيوني، الإخراج التليفزيوني	٢	٤	٩
	١٠. القيم التليفزيونية وعناصر التعبير المرئي	٢	٤	١٠
	١١.البرامج الثقافية، المنوعات، العلمية، الشباب، برامج المرأة، البرامج الرياضية، البرامج الدينية	٢	٤	١١
	١٢.الدراما الاذاعية	٢	٤	١٢
	١٣.١ البرامج الإخبارية، المؤتمر الصحفي الدراما التليفزيونية،	٢	٤	١٣
	١٤.تقييم التكليفات العملية	٢	٤	١٤
	إجمالي عدد الساعات	**٥٦**	**٢٨**	

<table>
<tr><td>٥-أساليب التعليم والتعلم</td><td>١.المحاضرة
٢.العصف الذهني
٣.استراتيجية البيان العملي
٤.استراتيجيات التعلم الذاتي
٥.العروض التعليمية</td></tr>
<tr><td>٦-أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة</td><td>لا يوجد كسمة من سمات الكلية والمجالات التخصصية العملية</td></tr>
<tr><td colspan="2">٧-تقويم الطلاب:</td></tr>
<tr><td>أ-الأساليب المستخدمة:</td><td>

المهارات المستهدف تقيمها	الأسلوب " الطريقة"
مهارات عامة – مهنية– معرفة وفهم	تكاليف وواجبات منزلية
مهارات ذهنية – المعرفة والفهم–عامة	مناقشات شفهية
مهارات عامة – ذهنية	امتحان منتصف الفصل الدراسي
مهارات مهنية – عملية –معرفة وفهم	الاختبار العملي
مهارات عامة – ذهنية – معرفة وافهم	الامتحان النظري

</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>ب-التوقيت:</td><td>١. الاختبار الشفهي – أسبوعيا
٢. اختبار منتصف التيرم – الأسبوع السابع
٣. الاختبار التطبيقي – بعد الأسبوع الرابع عشر
٤. الاختبار التحريري-من الأسبوع الأخير</td></tr>
<tr><td>ج-توزيع الدرجات:</td><td>
<table>
<tr><th>الدرجة</th><th>النسبة</th><th>أسلوب التقييم</th></tr>
<tr><td>٥ درجة</td><td>١٠ %</td><td>امتحان أعمال الفصل</td></tr>
<tr><td>٣٠ درجة</td><td>٦٠ %</td><td>امتحان آخر الفصل</td></tr>
<tr><td>٥ درجة</td><td>١٠%</td><td>الشفهي وتكاليف منزلية</td></tr>
<tr><td>١٠ درجة</td><td>٢٠ %</td><td>التطبيقي</td></tr>
<tr><td>٥٠</td><td>١٠٠%</td><td>الدرجة الكلية</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">٨-قائمة الكتب الدراسية والمراجع:</td></tr>
<tr><td>أ-مذكرات</td><td>مذكرة القسم الكتابة للراديو والتليفزيون، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية</td></tr>
<tr><td>ب-كتب ملزمة</td><td></td></tr>
</table>

جـ-كتب مقترحة	١.عاطف عدلي العبد عبيد، الإذاعة التليفزيون في مصر الماضي والحاضر والأفاق المستقبلية ط١ (القاهرة، دار الفكر العربي٢٠٠٢) ٢.حسن عماد مكاوى . الأخبار في الراديو والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة. مكتبة الأنجلو المصرية ،١٤٠٩ هـ -١٩٨٩م ٣.إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتليفزيوني ط ٢ (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٥ ٤- كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتليفزيون، دار الشروق،٢٠٠٨. ٥- كرم شلبي، الخبر الإذاعي فنونه وخصائصه في الراديو والتليفزيون، دار الهلال،٢٠٠٨.
د - دوريات علمية أو نشرات ... إلخ	١.محمد معوض إبراهيم، عبد الباسط عبد الجليل،" معوقات الإنتاج الدرامي في التليفزيون الكويتي، دراسة ميدانية في محمد معوض وآخرون " دراسات إعلامية "، الجزء الرابع، (القاهرة: دار الكتاب الحديث) ٢.المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

نموذج رقم (١١)

مسمى المقرر	الكتابة للراديو والتليفزيون
كود المقرر	

جامعة: المنوفية

كلية: التربية النوعية

برنامج: بكالوريوس التربية النوعية / إعلام تربوي تخصص (الصحافة)

مصفوفة المعارف والمهارات للمقرر الدراسي

المحتويات الرئيسية للمقرر	٣/أ المعـارف	٣/ب مهارات ذهنية	٣/جـ مهارات مهنية	٣/د مهارات عامة
تمهيد وتعريف بمحتوى المقرر وتوصيفه وخصائص الراديو والتليفزيون	٣/أ/١			
خصائص الكتابة للراديو، تقنية الكتابة للراديو، خصائص الكاتب الإذاعي	٣/أ/٢			
خصائص الراديو، منتج ومخرج البرنامج الإذاعي	٣/أ/١			
تقنيات وقواعد الكتابة الاذاعية	٣/أ/٣-٣/أ/٧ -٣/أ/٨	٣/ب/٤	٣/جـ/١ ٣/ج/٧	٣/د/١ ٣/د/٥

مهارات الاتصال الفعال، وخصائص الكاتب الاذاعي	٣/أ/٤			
الحديث والحوار الإذاعي، المناقشات	٣/أ/٦ ٣/أ/٥	٣/ب/١ – ٣/ب/٢ ٣/ب/٣	٣/جـ/٢ ٣/ج/٧	
الندوات والريبورتاج والمجلة الإذاعية	٣/أ/٦–٣/أ/٥	٣/ب/١–٣/ب/٢ ٣/ب/٣	٣/جـ/٢ ٣/جـ/٤ ٣/ج/٧	
التليفزيون والنص التليفزيوني، الإخراج التليفزيوني	٣/أ/٨		٣/جـ/٣	
القيم التليفزيونية وعناصر التعبير المر ئي	٣/أ/٨			
البرامج الثقافية، المنوعات، العلمية، الشباب، برامج المرأة، البرامج الرياضية، البرامج الدينية	٣/أ/٩	٣/ب/٣	٣/جـ/٦	٣/د/٤
البرامج الإخبارية، المؤتمر الصحفي	٣/أ/٩			
الدراما الاذاعية والتليفزيونية،	٣/أ/٤			
تدريبات عملية لكتابة البرامج الاذاعية والتليفزيونية	٣/أ/٥ ٣/أ/٤	٣/ب/٥	٣/جـ/٥	٣/د/٢ ٣/د/٣

مصفوفة أساليب التعليم والتعلم للمقرر الدراسي

أساليب التعليم والتعلم	٣/أ المعرفة والفهم	٣/ب المهارات الذهنية	٣/جـ المهارات المهنية	٣/د المهارات العامة
المحاضرة المطورة	٣/أ/١ - ٣/أ/٢ ٣/أ/٣ - ٣/أ/٥ ٣/أ/٦ - ٣/أ/٩	٣/ب/٣	٣/جـ/٣	٣/د/٤
العصف الذهني	٣/أ/٤	٣/ب/٢	٣/جـ/٦	٣/د/١
استراتيجية البيان العملي	٣/أ/٧ - ٣/أ/٨	٣/ب/٤ - ٣/ب/٥	٣/جـ/١ - ٣/جـ/٤ ٣/جـ/٥-٣/ج/٧	٣/د/٢ - ٣/د/٣
استراتيجيات التعلم الذاتي		٣/ب/١	٣/جـ/٢	٣/د/٥
العروض التعليمية				٣/د/٣

مصفوفة أساليب التقييم للمقرر الدراسي

أساليب التقييم	٣/أ المعرفة والفهم	٣/ب المهارات الذهنية	٣/جـ المهارات المهنية	٣/د المهارات العامة
تكاليف منزلية	٣/أ/٥ – ٣/أ/٦		٣/جـ/٤	٣/د/٥
اختبارات شفهية	٣/أ/١ – ٣/أ/٢ ٣/أ/٣ – ٣/أ/٤	٣/ب/٢	٣/جـ/٢	٣/د/٣ ٣/د/٤
اختبار تطبيقي	٣/أ/٥ – ٣/أ/٨ ٣/أ/٨ –	٣/ب/١ – ٣/ب/٤ ٣/ب/٥	٣/جـ/١ – ٣/جـ/٣ ٣/جـ/٥ – ٣/جـ/٦ ٣/ج/٧	٣/د/١ ٣/د/٢
اختبار تحريري	٣/أ/١ – ٣/أ/٢ ٣/أ/٣ – ٣/أ/٤ ٣/أ/٥ – ٣/أ/٦ ٣/أ/٧ – ٣/أ/٨ ٣/أ/٩	٣/ب/٣		

أستاذ المقرر :أ.م.د/ سكرة البريدي

مشرف القسم: أ.د /حنان يشار

فهرس الكتاب

الفصل الأول

الكتابة للراديو

لغة الكتابة للراديو

تقنية الكتابة للراديو

خصائص الكاتب الاذاعي

خصائص الراديو

منتج البرنامج الإذاعي

مخرج البرنامج الإذاعي

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي ان يكون الدارس قادر على معرفة:

***-خصائص وسيلة الراديو**

***-تقنية الكتابة للراديو**

***-خصائص الكاتب الاذاعي**

***-عملية الانتاج الاذاعي**

***-عملية الاخراج الاذاعي**

لغة الراديو

العنصر الاساسي للإنتاج الإذاعي هو الصوت فقد تختلف أشكال الانتاج الاذاعي ولكنها لا تخرج عن كونها صوتا يحمله الأثير ابتداء من الميكرفون إلى اذن المستمع.

فالصوت العنصر الاساسي والوسيلة التي تستخدمها الاذاعة منذ نشأتها وتسعى الى توصيله الى المستمع وقد يكون الصوت كلمة منطوقه او موسيقى او مؤثرا صوتيا.

واختلاف الانتاج الإذاعي يرجع الى تعدد الاهداف التي تسعى الاذاعة الى تحقيقها وجميع البرامج وان اختلفت في المضمون أو طريقة العرض لا تخرج عن كونها صوت فالإنتاج الاذاعي هو في الواقع عملية تشكيل لمادة أساسية هي الصوت.

ماهية الصوت:

الصوت عبارة عن موجات أو اهتزازات للأجسام وينتقل الصوت في الهواء على شكل موجات تصل الى الأذن، والصوت ينتقل في الهواء بسرعة ٣٤٠ مترا في الثانية فهو لا ينتقل في الفراغ فالهواء ضروري لانتقال الصوت.

وتختلف سرعة الصوت باختلاف درجة الحرارة والرطوبة والمكان، واختلاف الصوت يرجع الى اختلاف تردد الصوت.

ويعرف الصوت بأنه هو إحساس بالأذن يحدث نتيجة لتقلبات ضغط في الهواء وتحدث نتيجة لأسباب من اهمها الأجسام المتذبذبة التي تحدث اهتزازات على طبلة الاذن.

وتتميز الاذن البشرية بحساسية رائعة جدا فهي أكثر الاجهزة حساسية لاستقبال الصوت وتتميز الاذن البشرية بأنها أروع أجهزة الاستقبال للصوت وأدقها لقياس الصوت.

أما عن مصادر الصوت:

فأهمها لدى الانسان الأحبال الصوتية وهي التي تؤدى الى الصوت الناشئ من اندفاع الهواء من صدر الانسان الى الحنجرة حيث التذبذب يكون نغمات يخرج من الفم كلاما واضحا وكلما انخفض التردد يكون الصوت غليظا وكلما ارتفع التردد يكون الصوت حادا وبين الصوت الغليظ والصوت الحاد أصوات مختلفة.

الصدى الصوتي هو: استماع تكرار الصوت الناشئ عن انعكاسه ولحدوث الصوت لابد من وجود سطح عاكس كبير.

والرنين هو: الصوت الغير مباشر الذي يأتي من انعكاسات الصوت الأصلي على السطوح.

والتردد هو: زمن الفرق بين الحد الاعلى للصوت الذي يسمع والحد الذي لا يسمع فيه. وهذا الزمن من اهم العوامل في تجهيز واعداد الاستوديوهات في الاذاعة.

لغة الكتابة للراديو:

لكل وسيلة تعبير، لغة خاصة بها. ولغة الاذاعة المسموعة هي الاصوات التي تصل الى عقول الناس وتؤثر في وجدانهم، ولغة الاذاعة المسموعة هي الاصوات التي تفهمها الاذن، ولذلك فان الكتابة للراديو تتم باللغة التي يستعملها الناس، ويكون الكلام مكتوبا للحديث وليس للقراءة حتى يبدو تلقائيا. ومعنى هذا ان الكاتب الإذاعي يتوخى

البساطة في كل ما يكتبه من خلال استخدام الكلمات البسيطة النطق، الواضحة الألفاظ، المألوفة الاستعمال.

والكتابة البليغة هي التي تنقل الى الناس المعاني التي يقصدها الكاتب، وهي ترتكز على الجمل سليمة التركيب، والجمل ترتكز على الألفاظ ودقائق معانيها وصورها المختلفة باختلاف وضعها في الجملة، ولهذا فان الكتابة للراديو تعتمد على المعرفة بدقائق اللغة وقواعدها وتراكيبها ومصطلحاتها ودقائق الفروق في المعنى بين هذا المصطلح أو ذلك.

وتمتاز الكتابة للراديو بالإيجاز والصراحة والاتجاه المباشر نحو الهدف. ذلك ان الكاتب عليه ان يلقى بموضوعه في الوقت المحدد بدون زيادة ولا نقصان، ولهذا يبحث الكاتب عن انسب الألفاظ للتعبير عن فكرته، فكلما كانت الكلمات والعبارات بسيطة وواضحة كلما كانت أكثر بلاغة في إصابة الهدف.

والكتابة للراديو تحقق حرية الفن وتحرره من القيود المفروضة عليه وحرية المستمع في التلقي لأنه لن يكون مقيدا مثل مشاهدي المسرح والسينما والتليفزيون وانما يصبح شريكا في عملية الخلق الفني، لأنه يستخدم ملكاته او قدراته على التخيل والتصور الذهني لتخيل العمل الذي يستمع اليه، وبالتالي يكون تقبل المستمع للعمل الإذاعي أكثر كمالا لأنه مشارك بخياله في الموقف الفني.

ولهذا يطلق على الراديو أنه "**فن الخيال**". وكاتب الراديو لديه حرية كاملة في تخطى حواجز الزمان والمكان من خلال استخدام مجموعة أدواته وهي السرد والموسيقى والحوار والصمت والمؤثرات الصوتية، وهذه الادوات هي التي تعبر عن الاماكن والازمنة والاحداث والانفعالات والمشاعر.

وبالرغم من ان وسيلة الراديو تتيح للكاتب أقصى قدر من المرونة والحرية، الا ان هذه الحرية يقيدها أسلوب التنظيم والادارة وسياسات المحطة الاذاعية.

الكتابة للاستماع وليست للقراءة

يعد النص الاذاعي للاستماع وليس للقراءة. فان المستمع إذا فقد المعنى مرة واحدة فانه قد يفقده للأبد، ولذلك يستخدم النص الإذاعي لغة التخاطب، هذه اللغة التي تحرك المشاعر الاساسية وتوحى بموقف الاتصال المواجهى، وتساعد على تلقى المعنى المسموع من أول وهلة لذلك يلجأ الراديو الى استخدام جمل أكثر ولكنها أقصر من الجمل المستخدمة للوسائل المكتوبة، وكثيرا ما تكون الجملة في الراديو غير مكتملة، ففي حالة التخاطب تكون الافكار مباشرة وليست مزدانة بالتفاصيل الدقيقة.

والاشياء التي يتم سماعها تبدو للمستمع وكأنها تحدث الآن ولذلك يتم انتقاء الكلمات الشائعة التي يمكن فهمها من جانب غالبية المستمعين.

فالتنوع في طول الجملة يجعل الكلام أكثر تشويقا للمستمع، وان كان التركيز في الغالب يكون على الجمل القصيرة، فالجملة الواحدة يجب ألا يزيد عدد كلماتها عن قدرتها على النطق في نفس واحد.

فالجملة الاذاعية هي جملة مباشرة، بسيطة الألفاظ، واضحة المعنى، بعيدة عن التركيبات المعقدة وصيغة المبنى للمجهول، والجمل الاعتراضية.

وتتسم الكتابة للراديو بالسرعة والحيوية في الكلمات لان ذلك يؤدى الى تشويق وجاذبية المستمع ويزيد من حماس المذيع أو المؤدى أثناء الالقاء، وأثناء القراءة بصوت مرتفع لابد من حساب الوقت من خلال استخدام الساعة الميقاتية.

وكما يضفي كاتب الرواية على عمله السرعة، والتقدم والتدفق، والتنوع، وجذب الانتباه والاثارة، كذلك يفعل كاتب النص الإذاعي. وكما ان الروائي ينتقل من فكرة الى فكرة عن طريق كتابة الفقرات المتتابعة في العمل المكتوب. كذلك يستخدم كاتب النص الإذاعي تقنية يقود بها المستمع نحو الموقف المطلوب. فعندما ينتهي جزء متماسك أو فقرة اذاعية متكاملة ضمن برنامج إذاعي فان الكاتب يستطيع **استخدام التقنيات التالية في الانتقال من فقرة لآخري**

*فاصل زمني من الصمت يستمر ثوان قليلة ويسمى "الصمت الدراماتيكي ".

*استخدام مقطوعة موسيقية مختلفة مثيرة أو ناعمة.

*استخدام فاصل موسيقى للربط بين الفقرات او بين البرامج.

*استخدام مؤثرات صوتية طبيعية او مسجلة.

*استخدام التلاشي الصوتي.

*استخدام مذيع آخر.

*استخدام أصوات مختلفة في الخلفية.

*استخدام توليفة مما سبق.

ورغم ذلك لابد ان يكون كاتب النص واعيا بنوع الربط الذي يقدمه بين الفقرات لإحداث التأثير المطلوب، فنوع مادة الربط واسلوبها لابد ان تتلاءم مع المضمون العام الذي يعكسه البرنامج ككل.

ويسعى الكاتب الإذاعي الى خلق الصور في ذهن المستمع وهي ما تسمى بعملية التصور الذهني التي تحدث نتيجة الاستماع للأصوات المختلفة التي يعرضها البرنامج.

فمستمع الراديو ليس أمامه من مرشد سوى الكلمات التي يسمعها والتي يمكن ان تعوضه عن عدم وجود الصورة، والكلمات الوصفية تكون أفضل من الأرقام، والمهم هو إدراك الظروف المحيطة بالقراءة والاستماع.

تقنية الكتابة للراديو :

يشتمل الصوت على الكلمة المنطوقة والموسيقى والمؤثرات الصوتية. وكاتب الراديو الجيد هو الذي يسيطر على اللغة التي يكتب بها ويتقن قواعدها وتراكيبها وألفاظها. فيجب ان يلم بالمصطلحات الفنية التي تستخدم في انتاج البرامج حتى يضمنها في النص المكتوب.

خصائص الكاتب الإذاعي الجيد

ان طبيعة الإذاعة واعتمادها على الكلمة المنطوقة أو المسموعة حتمت على الكاتب ان يستخدم أسلوب المخاطبة وليس أسلوب الكتابة وهو الأسلوب الذي يستخدم للوسائل المطبوعة لذلك كان لابد للكاتب الإذاعي ان تتوفر فيه مجموعة من الصفات الهامة التي تؤهله للنجاح في هذا العمل فالكاتب الاذاعي هو الشخص الذي يقوم بكتابة مادة معينة تهم الجمهور لتقدم من خلال الراديو او التليفزيون ونجد ان الكاتب الاذاعي يتخصص طبقا للمادة التي يعدها فقد يقوم بكتابة النصوص الدرامية او اعداد برامج المنوعات او البرامج الحوا رية.

فأصبح هناك العديد من الكتاب الإذاعيين مثل:

١-الكاتب:

وهو عبارة عن الشخص الذي لديه القدرة على صياغة القصة وتكييفها حسب مقتضيات الوسيلة المقدمة من خلالها فيكون هو المؤلف المبتكر للمادة او الموضوع مثل كتاب القصص والروايات والأحاديث المختلفة

٢-كاتب **السيناريو:**

(السيناريست هو الشخص الذي يقوم بتهيئة القصة او الرواية لعرضه مرئيا على شاشة التليفزيون او السينما بحيث نستطيع ترجمته بواسطة الكاميرا الى لقطات ومشاهد وتلك هي مهمة كاتب السيناريو او السيناريست) ويكون على كاتب السيناريو ان يكتب كل مشهد على حدة ويقوم بوصفه وصفا دقيقا وكذلك يحدد الملابس التي يلبسها الممثل والحركة امام الكاميرا والانفعالات وكيفية الانتقال من مشهد الى اخر ومن لقطة داخل مشهد الى لقطة اخري

٣-كاتب **الحور:**

وهو الكاتب الذي يختص بأعداد القصة او الرواية لتقديمها اذاعيا بمعنى ان يقوم بتحويلها الى مسامع صوتيه في الراديو بحيث تعبر هذه المسامع الصوتية في المسلسل الاذاعي عن المواقف والاحداث والشخصيات مستخدما المؤثرات الصوتية المختلفة ونجد الاشارة هنا الى ان كاتب الحوار قد يكون هو نفسه مؤلف القصة او الرواية وقد يكون ايضا هو الذي اعد السيناريو (في حالة الكتابة للتليفزيون)

٤-المعد:

وتطلق كلمة اعداد في العمل الاذاعي عامة على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم خواص وطبيعة الراديو او التليفزيون ويدخل في هذا النطاق كتابة الحوار او السيناريو الا ان كلمة الاعداد هذه تطلق على بعض الجوانب والترتيبات الفنية المختلفة لإنتاج برنامج معين ومن ذلك برامج الحوار والمناقشات والمقالات حيث يقوم المعد باختيار الموضوع والاشخاص المشاركين والاتصال بهم واقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم على كافة الخطوات والترتيبات حتى الانتهاء من انتاج البرنامج وهو يقوم بأعداد الاسئلة التي يستخدمها مقدم البرنامج ويطرحها على المشاركين في البرنامج وتلعب الممارسة والخبرة دور كبير في اعداد مثل هذه البرامج

٥-المحرر:

هو الفرد الذي يقوم بأعداد الاخبار بتقديمها في الراديو او التليفزيون فهو يعد هذه الاخبار لتقديمها في النشرات الاخبارية سواء شارك في تقديمها او قام بتحريرها فقط فالتحرير هنا يعنى صياغة الاخبار والمحرر هنا هو الذي يقوم بصياغة الاخبار والمحرر في هذه الحالة لا يؤلف ولا يبتكر فهو محكوم بما لديه من اخبار ووقائع ومعلومات وبيانات واسماء فما يؤديه هو وضع هذه المعلومات والوقائع في ترتيب لغوي معين ويقدمه من خلال وسيله معينه بما يتفق وسياسة هذه الوسيلة

٦-المحلل **السياسي:**

هو الشخص الذي يقوم بتحليل القضايا المختلفة المطروحة على الساحة وقد يكون هذا الشخص متخصص في الشئون السياسية فيطلق عليه محلل سياسي وقد يكون

متخصص في الشئون الاقتصادية فنطلق عليه محلل اقتصادي والمحلل أي كان عليه ان يكون موضوعيا في ابداء في أي قضية من القضايا فهو لا يتوسع في إبداء رأيه إزاء قضية من القضايا ولكن عليه ان يقوم بعرض المعلومات والجوانب المختلفة للموضوع بطريقة تتفق وسياسية الوسيلة الاعلامية التي ينسب اليها.

٧-كاتب **التقرير:**

يقوم كاتب بسرد التفاصيل الكاملة للحدث ووصف الظروف التي تم فيها وعرض الشخصيات التي ترتبط بالحدث وقد يكون الشخص الذي يقوم بكتابة التقرير أحد الاعلاميين الذين يعملون في صالة الأخبار او قد يكون مراسلا للمحطة الاذاعية او التليفزيونية خارج حدود الوطن وغالبا ما يكون موضوع التقرير عن إحدى أهم القضايا التي تشغل الراي العام.

الصفات الواجب توافرها في الكاتب الإذاعي

١-الثقافة العامة فيجب على الكاتب الإذاعي ان يكون ملما بفروع العلم والمعرفة العلمية التي هي سلاحه الأساسي في نقل المعارف المختلفة الى عامة الشعب

٤-الدقة في تبسيط وذكر الحقائق المختلفة بأمانة كاملة خالية من الاخطاء حتى يكتسب ثقة المشاهد أو المستمع وبهذا تصبح بينه وبين مشاهديه ومستمعيه ألفه وثقة

٣-ان يكون صاحب عقلية منظمة وفكر منطقي يتيح له ترتيب

أولويات الموضوع الذي يقوم بالكتابة فيه

٤-ان يتمتع بالشرف والأمانة والنزاهة لأنه يعمل في مجال من السهل ان يواجه فيه بمغريات وضغوط للتأثير عليه حتى لا يتحول الى بوق دعاية لبعض الجهات

٥-ان يقبل على العمل بحب فهو في مجال يحتاج المزيد من الجهد والمهارة ومن الصعب ان يستمر فيه الا من كان يحبه ويقبل عليه بشغف ورغبة وبصفة خاصة المراسلين في اماكن الحروب

٦-الموهبة فلا بد للكاتب الاذاعي ان تتوافر لديه الموهبة والاستعداد الفطري الذي يمكنه من العمل في هذا المجال بحب واستمرارية والموهبة وحدها لا تكفي لإنجاز العمل الاعلامي ولكن لابد ان يتم هذه الموهبة بالدراسة والتدريب والتعليم فالكتابة الاذاعية هي علم وفن معا.

٧-ان يكون محدثا لبقا وذكيا يعرف متى يتكلم ومتى يستمع الى الاخرين وان يمرن نفسه على ان يفهم ويري بعينيه.

٨-ان يكون صاحب عقلية علمية موضوعية وان ينظر الى الاشياء نظرة الباحث المدقق.

٩-ان يكون على علم باحتياجات المستمعين وان يكون قريب من آمالهم ورغباتهم حتى يكون هناك صدي لمواده التي يقدمها.

١٠-عدم التبسط او الغاء الكلفة تماما بين مقدم البرنامج ومحاوريه كأن يتبادلان المخاطبة بأسمائهم او اسماء التدليل مع عدم الاخلال بمبدأ الالفة والدفء الذي ينبغي ان يسود الحوار.

١١-الالتزام بأخلاقيات العمل الاذاعي بعدم تحقير أي مهنة او السخرية من أي حرفة او طبقة اجتماعية او دين الاتجاه سياسي او مستوي ثقافي او تعليمي.

١٢- سرعة البديهة وحسن التصرف لا شك ان حسن التصرف من اول مطالب العمل الاذاعي فالمذيع يمارس حسن التصرف في اكثر المواقف تعقيدا داخل الاستديو على الهواء وخارجة ويبدو حسن التصرف في اتصال المذيع بالمشتركين في برنامجه وفي حسن اختيارهم ثم في مواجهة العقبات التي قد تقابله في اثناء اجراء الحوار وكذلك محرر الاخبار عليه الاستعداد الدائم لمواجهة الظروف الطارئة التي تنتج عن وقوع أحداث مهمة في أي مكان في العالم وبالتالي فانه يكون على استعداد دائم لان يجري تعديلا

في نشرة الاخبار قبل اذاعتها بوقت قليل بل وأحيانا أثناء إذاعتها على الهواء

١٣-ان يكون شجاعا في مواجهة المسئولين عنيف امام القيادة المستهترة يزأر في وجه الاستهتار بمصالح الناس

١٤-ان يكون صبور لديه اقتناع كامل وعقيدة تامة بقضايا البيئة لا يكل ولا يمل صبورا على المشاكل حتى يستطيع ان يقدم الحلول المثلي لها.

١٥-ان يكون الكاتب الاذاعي على دراية تامة بالمشكلات التي يواجها بني وطنه فالكاتب جزء لا يتجزأ من البيئة التي يعيش فيها مما يمنحه افكار عديدة وتتفجر طاقاته الابداعية فجمهور المشاهدين او المستمعين الذين يخاطبهم الكاتب هم حجر الزاوية في العملية الاتصالية حيث أنه لا نجاح لوسيلة اعلامية انصرف عنها جمهورها ولا نجاح لكاتب اذاعي بلا جمهور

١٦-يجب ان يكون الكاتب الاذاعي مبتكرا ولديه القدرة الدائمة على التجديد والابتكار حتى لا يميل مستمعيه او مشاهديه.

١٧-ان يكون اجتماعيا لا منغلقا ينأ بنفسه عن الانحياز لجماعة الفئة.

١٨–ان يكون واثقا من نفسه وليس مغرورا لبقا ثريا بالمشاعر النبيلة مرن التفكير وان يكون مسلح بهدف.

١٩–ان يلم الكاتب الاذاعي بالتشريعات الاعلامية خاصة ما يتصل منها بالعمل الاذاعي المسموع او المرئي وان يلم ببعض التشريعات الأخرى حتى لا يقع تحت طائلة القانون

٢٠–ان يلم الكاتب الاذاعي بخصائص الوسيلة الاعلامية التي ينتسب اليها.

خصائص الراديو

كما ذكرنا على الكاتب الاذاعي ان يتعرف على خصائص الراديو باعتباره من الوسائل الاعلامية المهمة في العصر الحالي حيث يساعده التعرف على خصائص وسمات هذه الوسيلة لأداء مهمته بنجاح وفاعليه بصفته قائم بالاتصال من خلال هذه الوسيلة.

خصائص الراديو

ويمكن أجمالي اهم الخصائص التي يتميز بها الراديو فيما يلي:

١–يعتبر الراديو وسيلة اتصال قوية تستطيع تخطي الحواجز الطبيعية وغير الطبيعية حيث يتخطى الارسال الاذاعي الحواجز الجغرافية وكذلك الصعوبات المصطنعة كسوء العلاقات السياسية بين الدول.

٢–لا يحتاج الاستماع الى الراديو الى معرفة القراءة والكتابة مما يجعله وسيلة سهلة بالنسبة للطبيعة الامية.

٣-لا يتطلب الراديو جهدا عضليا او عصبيا كما انه لا يحول بين المرء وبين أداء عمله حيث يقوم بأداء عمله في اثناء استماعه الى الراديو.

٤-يجعل الراديو المستمع شريكا في عملية الخلق الفني بشحذ ملكاته وقدرته على التخيل والتصوير الذهني.

٥-الفن الاذاعي فن وجداني عاطفي حيث نستطيع عن طريقه شحذ الجماهير واثارة مشاعرهم الشعبية الجارفة اثناء الزامات والحروب فتسعي لتعبئة الراي العام عن طريق الأغاني الوطنية والاناشيد الحماسية والتعليقات والنشرات الاخبارية المتلاحقة.

٦-يعتبر الراديو أسهل وسائل الاتصال من حيث الاستخدام فهو لا يحتاج الى الريال الجهاز لضبط الصوت والصورة كما انه يتوافر للإنسان في ساعة اليد او الهاتف المحمول

٧-يعتبر من أرخص وسائل الاتصال من حيث التكلفة.

٨-الراديو صغير الحجم سهل الحمل من مكان الى اخر ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدي دورة بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع.

٩-يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية والقدرة على اقناع مستمعي النصوص الاعلانية مما يساعد على تحقيق السمة الشخصية في العملية الإبداعية إذا يشعر المستمع ان الرسالة الاعلانية قد اعدت له بصفة شخصية ويتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموضحة مثل سيدتي، عزيزي المستمع.

١٠-يحقق الراديو فورية النص الاعلاني حيث يمكن الوصول الى المستمع في أي مكان وبأسرع وقت ويمكن تغيير النص الإعلاني في الدقائق الاخيرة من توقيت الاذاعة مما يساعد في ترويج المواسم البجعية مثل المعارض والأوكازيون.

منتج البرنامج الإذاعي

هناك شخصا ما يكون مسئولا عن البرنامج الإذاعي مهما كان شكل ومحتوى هذا البرنامج فإن معظم من ينظم البرنامج ويشرف عليه يسمى المنتج، ومع ذلك فإن مصطلح المنتج من الصعب تحديده في الراديو ولعل أفضل طريقة لتعريفه هي وصف الدور الذي يقوم به في إنتاج البرامج. ففي الأيام الأولى للراديو كان عدد العاملين قليل جدا وكان أكثرهم أهمية المهندس الذي بني المعدات الإذاعية بنفسه والذي يشرف على تشغيلها والتحدث أمام الميكروفون وبعد فترة وجيزة أدرك المهندس أنه لا يستطيع إنجاز كل العمل بدون مساعدة أشخاص آخرين.

وفى البداية كانت ساعات البث الإذاعي محدودة لا تتجاوز ساعة واحدة أسبوعيا في بعض الأحيان وبعد محاولات تحويل الراديو إلى وسيلة شعبية كان لا بد من زيادة ساعات الإرسال وكان ذلك يتطلب الاستعانة بمتحدثين من الخارج وموسيقيين وممثلين وهنا وجد المذيع نفسه مطالبا بأداء دور جديد هو تعريف المتحدثين بتقنية استخدام الإذاعة وكيفية الجلوس أو الوقوف أمام الميكروفون وكيفية تجنب حدوث صوت الأوراق المستخدمة أثناء تقليب الصفحات وكيف تكون بعض الكلمات مفهومة أكثر من كلمات أخرى وما هي أفضل وسائل عرض الكلمة المنطوقة هذا الجانب الجديد من عمل المذيع بدأ يكتسب أهمية وبدأ بعض المذيعين يتخلون تماما عن الأداء أمام الميكروفون ليصبحوا متفرغين لإدارة البرنامج .

وبينما كان منظوما البرامج يقومون بوضع الخطط اللازمة لاستخدام الإذاعة حدث تغيرات في الوسيلة نفسها فقد تطورت إمكانيات الإرسال وزاد عدد المستمعين وزادت رغباتهم واحتياجاتهم للبرامج، وبالتالي زاد عدد البرامج وتنوعت مجالاتها فالأحاديث البسيطة أفردت مكانا للمناقشات، وحل الإنتاج الموسيقى وتمت الاستعانة بشخصيات غير متخصصة في إدارة العمل البرامجي مثل الصحفيين والمدرسين والموسيقيين ومخرجي المسرح.

ومع ذلك فإن عدد قليل منهم كان له إسهامات واضحة في مجال الراديو لأن تخصصاتهم كانت بعيدة تماما عن عمل الاستديو والميكروفونات، وبدئوا يتعلمون عن طريق المحاولة والخطأ، وكانوا مضطرين للاعتماد على المساعدات الفنية التي كان يقدمها "رجال الإنتاج ".

كما كان يطلق عليهم في ذلك الوقت. ثم تحول "رجل الإنتاج "الذي كان في الحقيقة العامل الفني وظف معرفته بالصوت إلى نوعيات رائدة من البرامج التي تخص الراديو وتختلف عن أنواع العروض الأخرى، وظهرت أشكال برنامجيه جديدة ثم البرامج الوثائقية، نشرات الأخبار، البرامج التعليمية، الدراما الشعرية.

فالمنتج هو من يقوم بإحضار البرامج والإعلانات إلى الوجود. وهدفه هو أن يجعل عملية الخلق والابتكار ممكنة ولكي يحقق ذلك فانة يستعين بفنانين وفنيين وممولين وإداريين فيكون هو أصل الأفكار ويكون لدية ذاكرة حادة لاكتشاف المواهب في الكتابة والإخراج والأداء، فهو يأخذ من المذيع القدرة علي التعبير عن الأفكار من خلال الكلمات المنطوقة والسيطرة علي اللغة، والسلوك الذي يسهل ويريح ضيوف الأستوديو، كما يأخذ من منظم البرامج القدرة علي التوحد مع المجتمع ، ومعرفة الأداء المتاح، وبعض المهارات المتخصصة، والقدرة علي التنظيم، ويأخذ من مهندس الصوت تفهم الإمكانيات التقنية، وتذوق الأصوات والقدرة علي استخدامها للتعبير عن الأفكار .

وكما يقول أحد منتجي نيويورك: "الإنتاج هو أن يجعل الناس يعتنقون أفكارك". فالمنتج يبيع الأفكار.

أفكار البرامج ؟، وأفكار الإعلانات، وأفكار خاصة باستخدام الموهبة أو الأداء. والمنتج يكون لدية خبرات واسعة واتصالات عديدة في أعمال التمويل والعروض. فهو دائما يبحث عن الأفكار الجديدة، والمواهب الجديدة، ومصادر التمويل الجديدة ما الذي يريده الناس؟ وما الذي تحتاجه صناعة البرامج؟ فالمنتج يسعي إلى الإجابة على هذه الأسئلة. وينطوي عمل المنتج علي قدر من المخاطر، لذلك يكون حذرا فيما يتعلق بأموال المستثمرين، وهذا هو السبب في كونه يستعين بالكفاءات العالية أو المحترفين ويقوم بحساب البرنامج أو الإعلان بأقصى قدر من الدقة، فكل لحظة على الهواء يقوم بدفع ثمنها شخص ما،

وبالتالي فان كل لحظة مخاطرة لشخص ما، ويسعي المنتج إلي تقليل هذه المخاطرة لأدني قدر ممكن، فهو يتعامل مع وكلاء موهوبين، ووكالات إعلان موثوق بها، وهو الذي يتفاوض على عقود العمل مع المواهب فالعقد يتضمن كل التفاصيل التي يعمل في ظلها الفنان أو المؤدي والأموال التي يتقاضاها والمنتج قد يكون موظفا في محطة الراديو، وقد يعمل في البرامج بنظام القطعة.

مخرج البرنامج الإذاعي

الإخراج هو العملية التي يتم خلالها ترتيب الأصوات ترتيبا فنيا في نظام له معني. والمخرج هو المسئول الأول، وأن يتقن جميع الأعمال الفنية ويستطيع إدارة العمل سواء داخل الاستوديو أو في موقع الحدث أو من خلال وحد الإذاعة الخارجية، والمخرج يدرك القيمة الفنية لكل صورة ويحسن استخدامها. والمخرج الجيد يتعرف على الأصوات بدقة ويتفهم خصائصها وتناقضاتها. فالأصوات مثل الألوان لها ظلال عديدة من المعاني والتعبيرات، ويستخدم المخرج الكلمات والموسيقي والمؤثرات الصوتية مثل الرسام الذي ينتقي الألوان اللازمة لعمل لوحة فنية.

ويسعي المخرج إلي اكتشاف الأصوات الجديدة باستمرار، الجديد ممكن أن ينجح ويفشل بسبب القرارات التي يتخذها المخرج، وهو لذلك ينصت باهتمام لكل الأصوات: لعب الأطفال – أصوات الآلات –الطيور الحيوانات – صهيل الخيول صليل السيوف. فالمخرج الجيد يعرف أين يجد الأصوات المناسبة ومتى وكيف يستخدمها

ولابد أن يتوافر في مخرج الراديو المؤهلات التالية:

١- إتقان اللغة التي يستخدمها حثي يمكن تحرير النصوص وتوجيه المؤديين إلى النطق الصحيح
٢- أن يؤدي سلوكه إلي كسب تعاون الفنانين والفنيين من خلال إحساسه بالمسؤولية.
٣- مهارة إدارة وتنظيم العمل وتوجيه الأشخاص الذين يتحدثون أمام الميكروفون.
٤- الثقافة العامة والإلمام بسياسات المحطة الإذاعية.
٥- القدرة على الابتكار والحماس في التجريب وحسن قيادة العرض.

٦- حساسية تفهم الأصوات والقدرة على تطويع الأفكار إلى مصطلحات تناسب الأداء الصوتي

٧- معرفة الإمكانيات الفنية المستخدمة في تقنيات الراديو وحسن استغلالها.

تدريبات الفصل الاول

١- تحدث باختصار عن الصفات الواجب توافرها في الكاتب الاذاعي

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

……………………………………………………………………
……………………………………………………………………

٢-تحدث عن خصائص الراديو

……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………
……………………………………………………………………

الفصل الثاني

تقنيات الانتاج الاذاعي

* تقنيات الإنتاج الإذاعي
* قواعد الكتابة الاذاعية
* المذيع والاتصال الفعال
* المهارات الفنية لمقدم البرامج
*مكونات البرنامج الاذاعي
* الاستديو هات الاذاعية
* الميكروفونات

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي ان يكون الدارس قادر على معرفة:

* تقنيات الإنتاج الإذاعي
* قواعد الكتابة الاذاعية
* المذيع والاتصال الفعال
* المهارات الفنية لمقدم البرامج
*مكونات البرنامج الاذاعي
* الاستديو هات الاذاعية
* الميكروفونات وأنواعها

الأهداف الإجرائية

تقنيات الإنتاج الإذاعي

أولا: تقنيات الإنتاج الإذاعي المسموع (الراديو)

الراديو عبارة عن صوت يعبر عن حركة او مشاعر تخلق صورا ذهنية فهو الذي يصنع الصورة لأنه يعبر عن شيء يجري حدوثه فالصوت هو العنصر الاساس والوسيلة الوحيدة التي تستخدمها الاذاعة منذ نشأنها فتحمل هذا الصوت وتقوم بتوصيلة الى المستمع وقد يكون الصوت كلمة منطوقة او موسيقي او اغنية او مؤثر صوتي (طبيعيا او صناعيا) ولهذا ينبغي على كل من يتصدى للإنتاج المواد البرامجية للراديو ان يعي تماما حقيقة الصوتيات التي يستخدمها وان يلم الماماً كاملا بتقنيات الوسيلة التي يعمل فيها وتشمل

١-الكلمة المنطوقة:

وهي الكلمة التي يمكن ترجمتها داخل الذهن الى صوت وتلك التي تساعد على تكوين صورة ذهنية أي تلك التي تجعلني اري ما اسمع فمن خلال الاصوات التي اسمعها استطيع خلق الصورة داخل ذهني ولا بد ان تكون هذه الكلمة بسيطة سهلة لان المستمع للإذاعة كما هو معروف لا يحتفظ امام عينية بنص مكتوب وانما يكون اعتماده كله على متابعة الكلمة المذاعة والانصات لها ولابد ان يدرك الكاتب الاذاعي ان سلامة التعبير ووضوح اللغة يرجع بالدرجة الاولي الى ما تشير إليه هذه الكلمات والعبارات المذاعة من اطلاق العنان لخيال المستمع

٢-الموسيقي الخالصة:

وهي الموسيقي التي تذاع لذاتها من خلال برنامج موسيقي او كفقرة ضمن برنامج منوعات او لملء فقرات زمنية بين الفقرات والبرامج وقد تستعمل الموسيقي كمؤثر صوتي مثال ذلك استعمال الآلات النحاسية وآلات الايقاع كالمظاهر لتصوير العواصف او الرياح سواء على المستوى الواقعي او المستوى الرمزي والموسيقي لغة عالمية يستطيع كل فرد ان يفهمها وينفعل ويتأثر بها وتنقسم هذه الموسيقي الى موسيقي ذات طابع قومي او محلى اشعبي أو تراثي ولكل شعب موسيقاه التي يعتز بها.

٣-الموسيقي الدرامية:

والموسيقي الدرامية هي الموسيقي التي يتم توظيفيها للتعبير عن مواقف معينه فهي تساعد على تصوير الجو النفسي للموقف كعامل مساعد لنقل هذا الجو للمستمع ونجد انه عن طريق هذه الموسيقي الدرامية نستطيع تصوير مواقف كثيرة منها مواقف الحب والفرح والحزن والترقب والالم واليأس وكذلك تستخدم الموسيقي الدرامية في عمل الالحان المميزة للبرامج والاعمال الدرامية مثل التمثيلات والمسلسلات وكنقلات وفواصل من مسمع الى مسمع ومن فقرة الى فقرة فالموسيقي الدرامية تكون مصاحبه للعمل ودافعه له في احيان كثيرة بحيث تقوم مقام بعض اجزاء الحوار والمواقف .

٤-الأغنية:

تعتبر الاغنية من اهم وسائل الجذب الاذاعي وقد تقدم الاغنية كفقرة بين البرامج المختلفة او خلال برنامج غنائي معين وهي انواع مختلفة اما اغنية عاطفية او وصفية او شعبية او فولكلورية او طنيه او سياسية او دينية وانتقادية وهناك البرامج الغنائية مثل الصور الغنائية والاوبريت الاذاعي وبرامج المنوعات الغنائية بالإضافة الى اغنى الاطفال وأغاني الفرانك آرب التي تجمع بين الكلمات العربية واللغة الاجنبية

٥-الاغنية الدرامية

وهي الاغنية التي يتم توظيفها دراميا بحيث تحل محل بعض اجزاء الحوار في التمثيليات والمسلسلات وتدفع بالأحداث الى الامام

٦-المؤثرات الصوتية

وهي الاصوات التي تعطي تعريفا بنوع المصدر الصوتي وتنقسم المؤثرات الصوتية الى نوعين وهما

١-المؤثرات الصوتية المسجلة على اشرطة او اسطوانات

٢-المؤثرات الصوتية الحية

فالمؤثرات الصوتية المختلفة قد تسجل على اشرطة او أسطوانات ثم يتم استعمالها طبقا لاحتياجها داخل العمل الدرامي

وقد تكون هذه المؤثرات حية من داخل الاستديو مثل فتح او غلق باب او المشي فوق الحصى او طلقات النيران

وتستعمل المؤثرات الصوتية لأداء العديد من الاغراض

١-جذب الانتباه الى اتجاه الاحداث او الشخصيات.

٢-للتعبير عن المكان الصوت الشارع، المطار، البحر.

٣-للتعبير عن الزمان (صياح الديك لدلاله على طلوع الفجر

٤-لتصوير الجو النفسي للأحداث مثل صوت بندول الساعة الذي يعطي شعورا بالقلق والتوتر

٥-تنشيط مخيلة المستمع ومعايشة واقع الاحداث

٦-تستخدم كنقلات بين اجزاء البرنامج الواحد اوبين المسامع المختلفة

٧-المؤثرات الالكترونية

ويمكن ان تطلق عليها ايضا المؤثرات الخاصة وهي الاصوات التي يمكن توليدها باستخدام امكانيات استديروا الاذاعة ومعداته التي يمكن بواسطتها تغيير ذبذبات الصوت البشري وتغيير خصائصه ومعالجة كافة الأصوات اذ يمكننا تحويل صوت المرأة الى صوت طفل وكذلك توليد الاصوات في

الصدى او الصوت الحي او الصوت المصنوع باستخدام ما يسمي بمرشح الموجات الصوتية الذي يغير من خواص الاصوات او باستخدام الميكرفون المرشح ويستخدم في خلق المؤثرات الخاصة مثلما هو الحال مع التليفون

٨-جهاز السونوفوكس Sonovox

وهذا الجهاز عبارة عن أداة الكترونية تستخدم لتحويل المؤثرات الصوتية إلى كلام مفهوم كأن نسجل صوت حيوان أو حشرة أو فحيح أفعى على شريط يثبت على حنجرة الممثل الذي ينطق بالحوار فنسمع صوت حيوان أو حشرة أو أفعى فإذا بنا أمام حيوان ناطق أو حشرة ناطقة

المستويات الصوتية

هناك عدة مستويات صوتية ويتم تحديد هذه المستويات الصوتية طبقا الحركة الممثلين

١-المستوى القريب

٢-المستوى المتوسط

٣-المستوى البعيد

٤-مستوى الدخول أي ظهور الصوت تدريجيا

٥-مستوى الخروج او التلاشي أي الاختفاء التدريجي للصوت

٦-المستوى المصنوع وهو المستوى الذي نحصل عليه من غرفة صدي الصوت او استحداث صوت من خلق عائق

قواعد الكتابة الإذاعية

تتعدد الشروط الواجب توافرها في النصوص الاذاعية التي تقدم في البرامج الاذاعية المختلفة ويمكن وصف هذه الشروط بأنها قواعد ينبغي مراعاتها في الكتابة للإذاعة وبدون مراعاتها تفقد النصوص الاذاعية أهميتها كمضامين تلائم الاذاعة كوسيلة الاعلامية.

أولا: دقة الصياغة اللغوية

تتطلب صياغة النصوص الاذاعية الدقة الشديدة في اختيار الكلمات بحيث تعبر عن المعنى المطلوب التعبير عنه

ثانيا: الوضوح في كتابة النص الاذاعي

يتحقق الوضوح في النص الاذاعي من خلال الجمل القصيرة والبسيطة والابتعاد عن الاساليب اللغوية المعقدة.

ثالثا: الأجناس في النص الاذاعي

يتحقق ذلك من خلال التالف بين الكلمات بمعنى ان تكون كل كلمة ملائمة للكلمة التي تليها غير منفرة منها ولا مباينة لها

رابعا: الايجاز:

يقصد بالإيجاز تقديم المعنى المطلوب بأقل عدد ممكن من الكلمات دون اخلال بالمعنى

خامسا–التشويق والاثارة

القاعدة الاساسية في الكتابة الاذاعية أن يكون البرنامج الاذاعي مشوقا أيا كان الموضوع الذي يتناوله فالكلمة لها دور مهم في ان تحكي وتشرح وتصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة وبدون ذلك ربما يفشل في تحقيق هدفه

سادسا –مراعاة الذوق والأداب العامة:

فالمادة الاذاعية ينبغي أن تراعي أخلاقيات المجتمع وقيمة حيث يمنع تقديم أسي مضامين جنسية او تتصل بالمقامرة وتناول الخمور أو مواد تتعرض للأديان بشكل محرف او مضلل او أي مواد من شأنها ان تشجع المستمعين على الخروج على المنظومة القيمية للمجتمع.

سابعا–التبسيط في صياغة الأرقام والوحدات القياسية

يتعين في الكتابة الاذاعية ضرورة استخدام التقريب والتبسيط والتشبيه كما يتعين استخدام الوحدات القياسية المعروفة للمستمعين.

ثامنا–صياغة المصطلحات الأجنبية

يتعين كتابة المصطلحات الأجنبية باللغة العربية بالإضافة الى وضعها بين قوسين باللغة الصلبة لها ويستهدف ذلك تسهيل مهمة مقدم النص الإذاعي

تاسعا– الاستخدام الصحيح لعلامات الترقيم :

ترجع أهمية الاستخدام المباشر لعلامات الترقيم الى تأثيرها المباشر والملحوظ فى الالقاء فهى ترتبط بالوقف اثناء الالقاء، كما انها ترتبط بالتلوين الصوتى والنبر وغير ذلك من مستلزمات الالقاء الجيد بجانب كونها من مستلزمات وضوح النص وفهم معانيه.

عاشرا – مراجعة النصوص الاذاعية:

تستهدف المراجعة التأكد من أن النص الاذاعي يشتمل على المعاني والأفكار المطلوب توصيلها للمستمعين بدقة ووضوح كذلك التأكد من سلامة اللغة نحوا وصرفا وهجاء وأسلوبا بحيث يستقيم المعنى.

حادي عشرا–الاخراج الفني للنصوص الاذاعية المكتوبة:

يفضل أن يكون النص الاذاعي مكتوبا على وجه واحد من الورقة مع ترك مسافة مناسبة بين السطور ومقسما الى فقرات تعبر كل منها عن فكرة معينة.

المذيع والاتصال الفعال:

دراسة القائم بالاتصال من الدراسات التي ظهرت مبكراً في الدول الغربية، فعنصر المرسل من أهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة الإعلامية، فالرسالة تحتاج إلى رجل إعلام قادر على نقل الرسالة، وعلى إحداث الأثر المطلوب لدي الجمهور، ورجل الإعلام قد يكون مذيعاً في الإذاعة المسموعة أو المرئية أو محرراً في صحيفة(فمخاطبة العقول والقلوب فن لا يجيده إلا من يمتلك أدواته، وإذا اجتمعت هذه الأدوات مع مناسبة الظرف الزماني والمكاني أثرت تأثيرا بالغا، ووصلت الفكرة بسرعة، فمقدم البرنامج هو الذي يدير الحوار والنقاش ويضبط إيقاعه، ويجب أن يكون مقدم هذا النمط من البرامج على دراية وثقافة عالية واحتكاك مباشر بالمشكلات والقضايا ذات الأهمية والاعتبار في المجتمع، كما يجب أن يحظى بقبول متزايد لدي المشاهدين فضلا عن المتخصصين والخبراء من ضيوف البرنامج

فالمذيع هو مقدم أو ناقل أو شارح، يجب أن يتحلى بمواهب وقدرات خاصة قد لا تتوفر للعديد من البشر، فالقدرة على إقناع الآخرين دليل على إجادة مهارات الاتصال، والتمكن من فنون الحوار وآدابه.

كما أنه يجب على مذيع الحوار الاعتدال في الحماس والاتزان الانفعالي، فالاعتدال من أهم مهارات المحاور الناجح، كما أن المرونة تجعل مذيع الحوار يتعامل بكفاءة مع المشكلات التي تقف أمامه أثناء الحوار أو خارجه، وتجعله يتعامل بعقل مفتوح مع الضيف، فإذا كانت له وجهة نظر فإن من حق الضيف أن يعبر هو الآخر عن وجهة نظره، كما أن الحوار الجيد يتطلب نوعاً من الذكاء الاجتماعي، والذي يتطلب من صاحبه أن يكون مضيافاً في علاقته بالمتحدث وأن يكون قادرا على البروز والتآلف.

والمذيع الناجح يجب أن يتسلح بمهارتين: الأولى مهارة الإنصات، والثانية مهارة التحدث، وتتقدم مهارة الإنصات على التحدث لأنها أشد أهمية، وهى لازمة لمهارة التحدث، هذا إلى جانب الحاجة إلى ثقافة عريضة من العلوم والمعارف، ومهارة التحدث من أهم المهارات التي يجب أن يتصف بها المحاور، وهى تعتمد على الحصيلة اللغوية لمذيع الحوار وقدرته علي توظيف هذه الحصيلة في سياقها الاجتماعي، غنى عن البيان ضرورة توظيف هذه الحصيلة اللغوية للقضية موضوع الحوار، فعندما يمتلك مذيع الحوار ثروة لغوية كبيرة ومتنوعة فإنه بدون شك لن يجد صعوبة في اختيار الكلمات والتراكيب اللغوية التي تجذب انتباه الضيف والجمهور، وتجعل المذيع في موقف الاحترام وربما الإبهار في نفس هذا الضيف

كما أن مذيع الحوار عندما يتمكن من توظيف قدراته اللغوية في سياقها الاجتماعي الصحيح، فإن نشاطه الإعلامي سيلقي صدى طيباً لدي ضيف البرنامج والمستمعين معا

كما يجب أن يمتلك المذيع صوتاً جيداً وقدرة على الكلام بطريقة سليمة، والمقصود بالصوت الجيد الصوت القوى الواضح الذي ترتاح له الأذن، فالصوت له تأثير عظيم في نفوس من يستمعون إليه، حيث ينم عن ثقة الإنسان بنفسه، فكثيرا ما نلمس تلك الشخصية من خلال أسلوب الحديث وطريقة الكلام ودرجة الصوت⁽

فالمذيع يحتاج إلى معرفة مخارج الحروف وصفاتها وما يلحقها من تغيير إذا جاورت بعضها أثناء النطق بها، وهو ما يعرف بعلم الأصوات فهو بحاجة إلى إعطاء كل حرف ما يستحقه، بإخراجه من مخرجه مع ما يلزمه من صفات، من همس وجهر وشدة ورخاوة وترقيق وتفخيم، وكل ذلك من غير تقعر أو تكلف.

ومن الخصائص الذاتية الهامة: ثقة القائم بالاتصال في نفسه أو درجة الإحساس بالذات، حيث إن المصدر الذي ترتفع ثقته بنفسه ينعكس ذلك بالإيجاب على الرسالة

وعلى الجمهور، وبجانب الثقة والحيوية والإحساس بالذات والقبول، هناك المصداقية مع نفسه ومع الجمهور

فمستوى إقناع المتلقي بالمحتوى الإعلامي يعتمد بشكل أساسي على توافر ثلاث خصائص أساسية في القائم بالاتصال: وهي المصداقية والجاذبية والقوة، بالإضافة إلى خصائص أخرى ومنها السلطة، والثقة بالنفس، والتقدير للذات، والحيوية، والانتماء الجماعي، كلها خصائص تشكل إحساس القائم بالاتصال بالذات.

وهناك مجموعة من الخصائص التي تتصل بعملية الإقناع وهي المصداقية والجاذبية والقوة، حيث أن الإقناع يبدأ بالمصداقية وتقاس المصداقية بالنسبة للمرسل على أساس مستوى خبرته، وزيادة الثقة فيه، وخبرة المذيع لا تكتسب من فراغ ولكن من خلال التجربة والتدريب والذكاء والمركز الاجتماعي، وثقة الجمهور في المذيع تتحقق من خلال التزامه بالحيادية والموضوعية التامة خاصة إزاء الموضوعات التي تختلف حولها الآراء ووجهات النظر.

وبالتالي فإن القائم بالاتصال عالي المصداقية، يكون أكثر إقناعا للمتلقين بالآراء المختلفة وهناك عاملان يؤسسان ويقويان مصداقية المرسل وهما: الإلمام بالموضوع والخبرة، فبواسطة المصداقية يستطيع المرسل تكوين علاقة إيجابية مع المستقبل، يحصل بها على ثقته، فيكون مقبولا ومصدراً موثوقا به أي مصدقا وقادرا على التأثير

فكلما كان الشخص ملماً بموضوع الرسالة الإعلامية التي يوجهها للجمهور كلما كان الأثر أكبر وكلما كان مصدر المعلومات معروفا بالصدق يكون أبلغ في التأثير على المتلقي.

وتوجد ثلاثة مستويات للمصداقية: المستوى الأول ينبغي أن يكون المرسل موضع ثقة الجماهير وهذا يتضمن أن يكون صادقا ويعرض قضاياه وآراءه ببراعة فائقة وبأسلوب مبدع ومتميز، فالإقناع يبدأ بالمصداقية فلكي نقنع الآخرين بما نريد فينبغي أن يصدقوا حديثنا، أما المستوى الثاني فينبغي أن تكون الأفكار التي يقدمها صادقة،

أما المستوى الثالث فينبغي أن يتوخى صدق الهيئة التي يمثلها، كما تقاس الجاذبية عن طريق المودة والتشابه والحب، وكذلك تم وضع الجاذبية العضوية في الاعتبار، حيث إن لها جانبا من الدور في عملية الإقناع

المهارات الفنية لمقدم البرنامج الاذاعي:

تتعدد المهارات الفنية التي ينبغي توافرها في مقدم البرنامج الاذاعي يمكن تلخيصها في النقاط التالية

أولا: مهارات التسجيل الخارجي بالكاسيت:

يحتاج المذيع في أحيان كثيرة الى تسجيل برامجه خارج الاستديو وترتبط الكفاءة في التسجيل الخارجي يتدرب المذيع على كيفية إجراء التسجيلات الخارجية باستخدام الكاسيت كي يضمن تسجيلا تقيا وخاليا من التشويش.

ولكي تتم عملية التسجيل الخارجي وفق درجة نقاء عالية ينبغي اتباع الاجراءات الأتية:

– تخفيض مستوى الصوت لجهاز الكاسيت أثناء التسجيل فكلما انخفض الصوت أعطي ذلك درجة نقاء واضحة في التسجيل

-يستخدم زر paus أثناء عملية التسجيل بدلا من استخدام زر stop وذلك من شأنه أن يجنب تسجيل الاصوات الناتجة عن استخدام زر stop>

- ينبغي تجربة شريط الكاسيت قبل التسجيل علية وذلك بهدف توزيع المادة الممغنطة على شريط الكاسيت.

– ينبغي تمضية الجزء الأبيض من شريط الكاسيت (في بداية الشريط) ولا يسجل عليه فهذا الجزء غير قابل للتسجيل وأحيانا تفتقد بعض الجمل ولا تسجل نتيجة التسجيل على الشريط من بدايته

– التأكد من أن البطارية المستخدمة جديدة وقوية وصالحة للتسجيل.

– استخدام micفي جهاز التسجيل لتجنب تسجيل الأصوات المحيطة وتركيز الميكروفون في اتجاه المتحدث.

-السيطرة على مصادر التشويش في مكان التسجيل

- مهارة استخدام المونتاج الاذاعي للتخلص من أي مادة مسجلة غير مرغوب فيها.

ثانيا-مهارة التسجيل بالاستديو الاذاعي

تحتاج عملية التسجيل الجيد بالاستديو الإذاعي الى التدريب على المهارات الاتية:

الفهم الجيد لأنواع الميكروفونات الاذاعية ودرجة حساسية كل نوع من هذه الانواع واتجاهاتها المختلفة وكيفية التعامل معها حسب الغرض من التسجيل وقوة الصوت

- الفهم الجيد لإمكانيات حجرة المراقبة cr فالفهم الجيد لإمكانيات هذه الغرفة أمر من شأنه أن يمكن المذيع من التعامل مع مهندس الصوت الموجود بغرفة المراقبة

- التدريب على كيفية التعامل والتواصل الجيد مع مهندس الصوت (المخرج الاذاعي) وكيفية فهم الاشارات الصادرة منه.

- الفهم الجيد لمصادر الصوت المختلفة التي تمزج مع الصوت القادم من الاستديو والتي تكون الرسالة الاذاعية بشكل متكامل (التسجيلات الصوتية - المؤثرات الصوتية - الاغاني والموسيقى)

بناء البرنامج الإذاعي: Program Structure:

بعد أن عرضنا إلى الشروط الواجب مراعاتها عند تخطيط البرامج الإذاعية ووضعها ضمن الخريطة الإذاعية. يحسن أن نتعرض لقواعد بناء البرنامج الإذاعي المستقل فأيا كان الشخص المسئول عن البرنامج سواء المخرج أو المقدم أو المعد أو المنتج فإنه يجب أن يقوم بتحليل برنامجه باستمرار من أجل التطوير والتجديد. فالبرامج هي المواد التي تقدمها الإذاعات.

وبالطبع لا توجد طريقة واحدة لتقييم البرنامج الإذاعي، كما أنه ليس هناك توليفة سحرية تضمن إنتاج البرنامج الناجح، ولكن ما يمكن فعله عند تقييم أي برنامج هو الرجوع إلى طبيعة بناء هذا البرنامج.

فالبرنامج الإذاعي يتكون من مجموعة من العناصر الرئيسية التي تساعد في صناعة البرنامج، وأسلوب وضع هذه العناصر مع بعضها داخل البرنامج هو ما يطلق عليه البناء.

ويتكون أي برنامج إذاعي من العناصر التالية:

١ –الفقرات: Units:

مثلما يكون البيت عبارة عن مجموعة من الأحجار، والكتاب مجموعة من الصفحات، والمسرحية مجموعة من المشاهد.

فالبرنامج الإذاعي أيضاً عبارة عن مجموعة من الأجزاء الصغيرة التي تكمل بعضها البعض بحيث يمكن أن نطلق على كل جزء متكامل وحدة Unit أو فقرة. فالفقرة هي فترة قصيرة ضمن البرنامج الإذاعي تعرض نوع ما من المادة المقدمة، وتسيطر فيها فكرة واحدة على الحدث. وتتسم كل فقرة بوحدة المكان Location، وقد تختلف في المادة أو الفكرة التي تقدمها عن الفقرات السابقة أو اللاحقة عليها.

وهكذا تبدأ كل فقرة جديدة عندما يكون هناك "تغيير" في البرنامج، والتغيير قد يكون في الانتقال من محادثة إلى حركة، من منظر إلى منظر، من موقف إلى موقف، من

حديث إلى موسيقي أو العكس، من قصة إخبارية إلى قصة إخبارية أخرى، من مسمع تمثيلي إلى إعلان تجارى. ومن أمثلة الفقرات المتكاملة داخل البرنامج الواحد ما يلي: –

- مونولوج فكاهي ضمن برنامج منوعات.
- مقابلة مع شخصية أو ضيف يشارك في برنامج مسابقات.
- الأسئلة والإجابات المتعلقة بفكرة في برنامج حوار أو مناقشة بشرط أن تكون تلك الأسئلة قصيرة ومركزة حول فقرة واحدة.
- إعلان إذاعي كامل.

كل الأمثلة السابقة تعتبر فقرات ضمن البرنامج الإذاعي الواحد، ويتفاوت زمن الفقرة الواحدة من نصف دقيقة إلى نحو أربع دقائق، ويمكن ملاحظة تسلسل الفقرات عند الاستماع لأي برنامج إذاعي. وتتبع أهمية هذه الفقرات عند تحليل بناء البرنامج الإذاعي.

٢–سرعة الايقاع: Pace

المحكم في سرعة ايقاع البرنامج وتغيير نمط هذه السرعة يساعد على الاحتفاظ باهتمام المستمع للبرنامج، فالناس لا يعطون اهتمامهم الكامل للأشياء الجامدة أو بطيئة الحركة سواء كانت فكرة او موقف أو شيء.

ويمكن قياس سرعة البرنامج من خلال متوسط الزمن المخصص لكل فقرة من الفقرات فكلما كانت الفقرات قصيرة كلما زادت سرعة الايقاع، وكلما كانت الفقرات طويلة كلما قلت سرعة البرنامج. وحتى يمكن اضفاء الحيوية على البرنامج يجب إزالة فقرات الصمت التي قد تحدث أثناء المناقشة، كذلك يجب أن يكون هناك تنوع من طول الفقرات واختلاف بين الأفكار أو الأشكال التي تعرض بها الفقرات.

وبوجه عام كلما كانت الفقرات قصيرة كلما زادت سرعة البرنامج وحجم الإثارة فيه ورغم ذلك فلابد أن تحظى كل فقرة بالزمن المناسب لها بدون ولا نقصان متعمد من أجل

ملئ او اختصار وقت البرنامج. ويجب أن تتناسب سرعة الفقرات مع طبيعة الأفكار التي يطرحها البرنامج.

فكما أن نوع المادة الموسيقية التي تناسب البث الصباحي تختلف عن نوع المادة الموسيقية التي تناسب البث المسائي فإن سرعة الحدث الذي يعبر عن حركة ومغامرات لابد أن تكون أكبر كثيرا من حدث آخر يعبر عن مشاعر الحب الرومانتيكي في العمل الدرامي.

٣-البداية القوية للبرنامج: Strong Start:

ذكرنا أن فقرات البرنامج لابد أن تكون متناسبة مع بعضها لتشكل وحدة للبرنامج ككل، فضلا عن تنوع هذه الفقرات وأن تكون قصيرة بشكل كاف حتى تتيح سرعة الايقاع. وبالإضافة إلى ذلك فإن الفقرات التي تقدم في بداية البرنامج يجب أن تكون شديدة الفعالية والإثارة وهذا ما يطلق عليه البداية القوية Strong Start أما داخل جسم البرنامج فيجب أن يكون هناك تغير وتضاد بين الفقرات بما يضمن استمرارية البرنامج ويصل به إلى مرحلة الذروة Climax.

فالفقرة الأولى في البرنامج الإذاعي يجب أن تلفت انتباه المستمعين بسرعة وجاذبية كبيرة، وإلا فإن المستمع قد يغلق جهاز الاستقبال أو يدير المؤشر إلى قناة أخرى أو على الأقل يسمع البرنامج بدون اكتراث كاف.

فالفقرة الأولى من البرنامج يجب أن تنتزع المستمع من أي نشاط يقوم به وتدفعه نحو الاستماع. ففي برامج المنوعات على سبيل المثال يتم انتقاء فقرات سريعة وخفيفة وحية في بداية البرنامج للاستحواذ على اهتمام المستمع.

البرنامج الموسيقي يبدأ بفقرة موسيقية سريعة الايقاع. نشرة الأخبار تبدأ بأكثر الأخبار إثارة وأهمية لدى المستمع. برنامج الحوار لابد أن يتضمن شيء من لفت الانتباه في المقدمة مثل سؤال مثير أو نكتة أو خبر طريف.

والبداية التقليدية لأي برنامج لابد أن تكون جذابة من خلال ما تتضمنه من عناوين ومواد أخرى. وهناك العديد من البرامج وخاصة البرامج الدرامية تبدأ الموضوع مباشرة

وتؤجل تقديم العناوين فترة من الوقت حتى تضمن جذب الاهتمام، فالدراما تكون أكثر إثارة إذا ما بدأت بمناظر الحركة والفعل مباشرة.

كذلك فإن الشرح الكثير لتنفيذ لعبة معينة في برنامج الغاز قد يؤدى إلى الملل. فهيكل البرنامج الإذاعي لابد أن يتضمن البناء الذي يتجه نحو الذروة. ويجب أن ينحصر اهتمام المستمع عند البداية فقط، وإنما يمتد لكي يجعل المستمع يشارك ويتوقع ويتابع حتى قرب نهاية البرنامج. فبرنامج الألغاز والمسابقات تقدم أمثلة جيدة للبناء الذي يتجه نحو الذروة التي تكمن في تقديم الجائزة الكبرى للبرنامج.

وكذلك معظم البرامج الرياضة والدرامية تتجه بشكل متصاعد نحو الذروة. وفى مرحلة الذروة يحدث إثارة الاهتمام بقوة كما هو الحال في بداية البرنامج وذلك لجذب المستمع نحو متابعة الحلقات التالية من البرنامج.

٤-التنوع: Variety

ليس المقصود بالتنوع هنا اختلاف الأفكار أو الموضوعات التي يطرحها البرنامج، وإنما يقصد بالتنوع استخدام الطرق والأساليب المختلفة للتعبير عن فكرة واحدة أو موضوع ما.

فالبرنامج الذي تتخذ كل فقراته شكلا واحدا لا يتغير هو برنامج ممل وغير جذاب. مثل محادثة سياسية تستغرق نصف ساعة بدون أي تغيير فإنها تبعث على الملل رغم وجود الوحدة في البرنامج. ذلك فإن المستمع يبحث عن الاختلاف والتمايز.

ولذلك يجب أن يكون هناك تنوع في المادة الخام التي تحقق هدف البرنامج. فإذا كان البرنامج حول الموسيقي الشعبية مثلا فإنه يمكن تقديم نماذج موسيقية مختلفة، واستضافة شخصيات من الرجال والنساء، والشخصيات الفكاهية، مع مراعاة اختلاف سرعة الفقرات حتى يتحقق التنوع في البرنامج.

كذلك القصة الاخبارية الواحدة يمكن أن تعالج بعدة أساليب مثل حديث مباشر أو اسئلة واجابات، أو حلقة نقاش، تنوع الشخصيات واختلاف مواقف التسجيل مثل أن يكون بعضها من داخل الاستديو والبعض الآخر من مواقع الأحداث.

ومفهوم التنوع إذن لا يتعارض مع مفهوم الوحدة في البرنامج الإذاعة فبرنامج الموسيقي أو المسابقات يجب أن يفي بمتطلبات الوحدة من خلال خلق المزاج العام أو إثارة فكرة رئيسية واحدة، بينما يكون التنوع في نوع الحدث، وأسلوب العرض، واختلاف المواقف.
كذلك لابد من التنوع في حلقات البرنامج بين اسبوع وآخر. فشكل برنامج المنوعات يكون متشابه كل أسبوع ولكن اختلاف الشخصيات والضيوف وأساليب التقديم وتنوع المواقف الفكاهية والأغاني والأفكار والعناصر الأخرى هو الذي يتيح التنوع.
ويتحقق التنوع أيضاً من اختلاف الزمن المخصص لكل فقرة، واختلاف الشكل، والأسلوب. فالفقرة المقدمة لابد أن تختلف عن الفقرة السابقة والفقرة اللاحقة فكل فقرة يجب أن تختلف عن الفقرات الأخرى من حيث الشكل والمحتوى وأسلوب العرض ونمط التسجيل، والزمن والايحاء بالمزاج العام.

٥-الوحـدة: Unity

البرنامج الناجح لابد أن يحظى بدرجة عالية من الوحدة. فرغم أن كل فقرة قد تتعامل مع شخصيات ومواقف وأفكار ومزاج مختلف إلا أنها لابد أن تصب في الفكرة الرئيسية للبرنامج. وأفضل طريقة للتأكد من وحدة البرنامج هي أننا إذا أسقطنا أية فكرة داخلية بدون أن يؤثر ذلك على البناء الكلى فمعنى ذلك أن هذه الفقرة غير ضرورية ويجب حذفها. فجميع الفقرات لابد أن تصب في البناء الأساسي الذي يحقق وحدة البرنامج ككل.

والبرامج التي تتحقق فيها الوحدة هي التي تدور حول فكرة رئيسية واحدة أو شخصية محورية. مثل البرنامج الفكاهي الذي يتضمن مواقف كوميدية مختلفة ولكنها تعالج موضوع رئيسي واحد.

ولذلك يدور البرنامج الإذاعي الناجح حول فكرة رئيسية واحدة أو شخصية محورية أساسية مثل قاري نشرة الأخبار Newscaster أو مقدم الاحتفالات Master of Ceremony أو نجم معروف Star، أو ممثل كوميدي فاستخدام شخصية محورية في البرنامج يحقق الوحدة خاصة في البرامج التي تفتقر إلى خلق مزاج عام أو تتناول

موضوع رئيسي واحد، فهنا يكون مقدم العمل هو العنصر الأساسي لتحقيق وحدة البرنامج.

هذه الخطوات السابقة تساعد في تحليل البرامج الإذاعية وفقا لبناء البرنامج، وهذه المبادئ يحكمها الفكرة الأساسية، والنوع، والأسلوب المستخدم. فالبرنامج الجيد البناء هو الذي يتضمن هذه العناصر مجتمعة أو معظم هذه العناصر

عند تخطيط جدول برامج الراديو يراعى الاعتبارات التالية:

١-طول البرامج: Length:

تتكون البرامج التي تنتجها المحطة الإذاعية من عدد كبير من الوحدات التي تتنوع في أطوالها، فمنها ما لا يزيد عن ثوان محدودة وقد يمتد إلى ثلاث دقائق وهو ما نسميه الإعلانات Announcements، ومنها ما يزيد زمنه عن ذلك ونسميه البرامج Programs. وغالبا ما تبدأ أطوال البرامج من خمس دقائق ومضاعفاتها ومع ذلك فإن الطول الفعلي للبرنامج لابد أن يقل عن الزمن المخصص له.

فالبرنامج الذي يخصص له خمس عشرة دقيقة يتم تسجيله في حدود أربع عشرة دقيقة، وذلك حتى يتاح للقائم بالاتصال وضع إعلان أو أكثر بين البرامج، وكذلك تقديم الإعلانات المختصرة التي تشير إلى اسم الإذاعة، والترددات التي تستخدمها، والمدى الذي يصل إليه الارسال.

وتوضع هذه الإعلانات الإرشادية في أوقات منتظمة على خريطة البرامج، وعادة، يتم تكرار هذه الإعلانات كل ساعة أو كل نصف ساعة.

ويسمي الجدول اليومي لخريطة البرامج Program Log ويتم إعداد هذا الجدول مبكرا ويوقع عليه جميع المذيعين والفنيين والمخرجين والعاملين حتى يتم تنفيذه بدقة ويتم إعداد هذا الجدول مرة كل أسبوع.

٢-شكل الجدول الأسبوعي:

ينقسم جدول البرامج الأسبوعي إلى سبع خلفيات تشير كل منها إلى أحد أيام الأسبوع، كذلك يتم تحديد ساعات الإرسال بالدقائق. ويوضع بالجدول عناوين البرامج وأسماء المقدمين وزمن كل برنامج بالثانية. ويراعى عند تخطيط الجدول الأسبوعي أن يسمح بالمرونة وتغيير أية برامج كلما اقتضت الحاجة ذلك

ومع ذلك فهناك برامج لا تتغير أماكنها ولا زمنها على الخريطة الإذاعية مثل القرآن الكريم في الافتتاح والختام، ومواقيت الصلاة، ونشرات الأخبار، وبرامج الخدمة العامة،

وهناك برامج أخرى متغيرة يتم تقديمها مرة أو أكثر أسبوعيا، وبالإضافة إلى الجداول الأسبوعية يتم عمل جداول تفصيلية لكل يوم.

٣-تجاور البرامج (ترتيبها): Juxtaposition

يشكل تجاور البرامج مع بعضها البعض أهمية كبيرة لدى المنتجين فمحطة الإذاعة تسعى إلى جذب انتباه المستمعين وإثارة اهتمامهم حتى يظلوا يتابعون البرامج اطول فترة زمنية ممكنة. وهناك عدة تقنيات تستخدمها الإذاعات لكي تجذب المستمع نحو مداومة الاستماع إلى البرامج المختلفة وعدم إغلاق جهاز الاستقبال. ومن أمثلة ذلك وضع البرامج المتشابهة وراء بعضها البعض.

فأحيانا يفضل المستمع أن يتعرض لنفس المضمون مع التنوع في الشكل، ولذلك يتم ترتيب البرامج المتشابهة بشكل متتابع خلال فترة زمنية معينة مثل الصباح الباكر مثلا، أو فترة ذروة المواصلات، او فترة الظهيرة أو المساء، كما هو الحال عند وضع نشرة الأخبار ضمن فترة إخبارية متكاملة مكونة من نشرة أخبار وتعليق وتحليل وحوار أو مناقشة حول الأحداث الجارية.

٤-اختيار المكان والزمان المناسب للبرامج: Placement

اختيار المكان المناسب للبرنامج على الخريطة الزمنية يعتمد على نشاط الجمهور وسلوكه وأسلوب تعرضه لوسائل الإعلام. فهناك أوقات تناسب العائلات أو ربات البيوت أو المراهقين أو الأطفال. ولهذا يقرر الإذاعيون أي نوع من البرامج يناسب أي فئة من الجمهور وفى أي وقت يناسب هذه الفئة، وبهذه الطريقة يمكن تحديد الزمان والمكان المناسب لكل البرامج. فعلى سبيل المثال غالبا ما تكون برامج الصباح المبكر موجهة إلى العائلة، وبرامج الصباح المتأخر تكون موجهة إلى ربات البيوت، وبعد ذلك تأتى البرامج الإخبارية والموسيقي الخفيفة وهكذا.

٥-شكل البرامج: Format

يعتمد الشكل التنظيمي للبرامج على طبيعة المحتوى وكذلك على الهدف الذي ينشده البرنامج سواء إعلامي أو تثقيفي أو ترفيهي. ومحتوى البرامج يشمل كل مناص الحياة

بلا حدود مثل جوانب التجارة والصناعة والزراعة والصحة والسياسة والشئون الخارجية والجرائم والرياضة والدين، ولابد أن يستخدم الشكل المناسب لتوصيل المحتوى، ومن الجوانب الهامة في الشكل أيضاً التأكيد على عناصر إنتاج البرنامج الأساسي مثل زيادة أو قلة استخدام الموسيقي أو المؤثرات الصوتية.

٦-القبول: Appeal

الإذاعي الناجح هو الذي يبذل كل جهده لكي تستمر البرامج التي يقدمها تجذب المتسمعين وتثير إعجابهم، ويستخدم الإذاعي كل الوسائل الكفيلة بتحقيق هذه الجاذبية. هذا القبول ينتج من حسن قيادة عرض البرنامج Showmanship.

٧-القيمة: Value

تتحد قيمة البرامج بالنظر إلى محتواها، فالمحتوى أما أن يكون جيداً أو سيئاً، صحيحاً أو خاطئاً، حقيقي أو خيالي، جاد أو فكاهي. ولا شك أن محتوى البرامج يعكس اتجاهات الإذاعة ومقدار شعبيتها.

٨-سرعة البرامج: Pace

كلما كانت البرامج سريعة الايقاع كلما زادت إثارتها وجاذبيتها ولكن المغالاة في سرعة ايقاع البرامج قد تؤدى إلى فقدان المستمع وعدم فهمه للرسائل المقدمة، كذلك فإن البرامج البطيئة الايقاع تسبب للمستمع الملل والرتابة، وتختلف سرعة ايقاع البرامج وفق السياسة التي تعتنقها المحطة الإذاعية وأهدافها البرامجية، ونوعية الجماهير التي تخاطبها بما يكسب كل محطة راديو شخصيتها المستقلة.

٩-الانطباع أو الأثر: Figure

لابد أن يترك البرنامج الإذاعي انطباع ما في نفس المستمع يجعله يرتبط بالبرنامج ويتوحد معه، وكثيرا ما يحدث هذا الانطباع لدى المستمع نتيجة التوحد مع المذيع أو مقدم البرنامج أو قائد المناقشة، أو الممثل أو الأفكار التي يطرحها البرنامج فالبرامج الجيدة هي التي تخلق انطباعات وصور جيدة لدى المستمع، وتنتقل هذه الانطباعات من البرامج المنفصلة إلى الخدمة الإذاعية ككل.

١٠-الأصالة في البرامج: Origin

لابد أن يعكس البرنامج الإذاعي الأصالة الخاصة بالمحطة الإذاعية وتنعكس الأصالة في البرامج من خلال انتقاء المحتوى، واختيار المصادر، واتجاهات القضايا التي تبرزها البرامج، والصفة القوية أو المحلية التي تؤكد شخصية المحطة وأيضاً في أسلوب اختيار الموسيقي والمؤثرات الصوتية. كل هذه الاعتبارات السابقة من الواجب توافرها عند تخطيط البرامج الإذاعية ووضع هذه البرامج في إطار الخريطة الأسبوعية او اليومية.

استديو الإذاعة:

الاستديو هو المكان الذي يتم فيه انتاج المواد الاذاعية حية او مسجلة على اشرطة وتختلف الاستديو هات طبقا للمادة الاذاعية فهناك استديو هات الربط او التنفيذ التي تخصص للبث المباشر على الهواء وهناك استديو هات الانتاج التي تخصص للموسيقي والدراما والبرامج التي يشارك فيها الجمهور.

أولا: استديو التنفيذ وهو الاستديو الذي يتم فيه تنفيذ البرامج الحية

وينقسم هذا الاستديو الى قسمين

١-قسم خاص بالمذيع يوجد به منضدة مستديرة وميكرفون وسماعات للأذن وسماعة لسماع ما يقوله مهندس الصوت في غرفة المراقبة

٢-قسم خاص بغرفة المراقبة ويفصل هذا القسم عن القسم الخاص بالمذيع جدار به باب مزدوج وحاجز زجاجي مزدوج ويتم الاتصال بين المذيع والمهندس في غرفة المراقبة بالإشارة من خلال هذا اللوح الزجاجي

ثانيا – استديو انتاج البرامج

ويكبر حجم هذا الاستديو عن استديو التنفيذ وهو معزول صوتيا بنفس الطريقة وينقسم الى قسمين

١-قسم خاص بالمذيع او مقدم البرنامج والضيوف المشاركين في التسجيل وهذا القسم مزود بعدد من الميكرفونات وسماعة للتخاطب الصوتي مع مهندس التسجيل.

٢–قسم خاص بمهندس التسجيل واجهزة الهندسة المختلفة والاجهزة الخاصة بعملية المونتاج مثل اجهزة التسجيل والراديو كاسيت ولا قط الأسطوانات وميكرفونات للتخاطب في المذيع والضيوف والسماعات.

ثالثا: استديو انتاج المواد الدرامية

ونجد ان هذا الاستديو مزود بعدد من الامكانيات الخاصة ويتكون هذا الاستديو من اربعة أقسام.

١–قسم خاص بتسجيل المواد في جو صوتي عادي أي ان زمن الرنين هنا عادي مثل حجرات المنازل

٢–قسم خاص بتسجيل الاصوات التي تتميز بزمن ضعيف جدا مثل الخلاء والهواء الطلق

٣–قسم خاص بتسجيل الاصوات التي تتميز بزمن رنين عالي وهو ما سمية صدي الصوت مثل قاعات الاجتماعات والمساجد

٤–غرفة المراقبة وهي مزودة بأجهزة تسجيل ولا قط أسطوانات ومنضدة تحكم وميكرفون للتخاطب مع الممثلين وسماعة.

الميكرفونات

هو الاداة التي تنقل الموجات الصوتية الى موجات كهربائية تماثلها تماما، أي انه اداة تحويل الموجات التي تحدث للصوت في الهواء الى موجات كهربائية مماثلة لنفس الموجات الصوتية.

نظرية عمل الميكرفون

تتلخص في ان الموجة الصوتية تتولد عنها حركة تحرك ملف موجود داخل مجال مغناطيسي فيتولد عن ذلك موجة كهربية تماثل تمام الموجة الصوتية.

الشروط الواجب توافرها في ميكرفون الاذاعة:

يجب توافر عدة شروط ليصلح الميكرفون للاستخدام الاذاعي ومنها

١–امانة الاداء أي يحول الموجات الصوتية الى موجات كهربية تماثلها تماما

٢–أن يحول الموجات الى موجات كهربية بدون حدوث تشويه.

٣–ان يكون الميكرفون ذا حساسية خاصة أي ان يكون ذا مستوى صوتي معين.

٤–يجب الا يتولد في الميكرفون اية ضجة وشوشة داخلية.

٥–ان يكون سهل الاستعمال صغير الحجم وصالحا في استعمال ويتميز بالأمانة الصوتية العالية

٦-الا يتأثر بالحرارة والرطوبة وعدم التأثر بأية مجالات مغناطيسية قريبة من الميكرفون ان وجدت.

٧–يجب ان يتحمل الميكرفون الضغوط الصوتية.

انواع الميكرفون

ميكرفون السرعة **الميكرفون الديناميكي.**

الميكرفون القلبي. **الميكرفون المكثف.**

الميكرفون العاكس.

اولا: ميكرفون السرعة

يتكون من شريط رقيق جدا من الالمونيوم يتحرك داخل مجال مغناطيسي وعند وضعه في مجال صوتي فتتحرك الشريحة داخل المجال المغناطيسي فيتولد عن ذلك تيار كهربائي وتتوقف شدة حساسيته على شدة المجال المغناطيسي وعلى سمك شريحة الامونيوم.

كلما كان سمك الشريحة صغيرا كلما كان تجاوب الميكرفون أيسر، فان تصميم هذا الميكرفون يعتمد على المغناطيس وسمك الشريحة وحساسية هذا الميكرفون تتغير بتغير الاتجاه وتصل الى اقصى مداها عندما يكون المصدر الصوتي في اتجاه محور الميكرفون ثم تتناقص حتى تصل الى الصفر، ويستعمل في استديوهات الاذاعة خاصة اذاعة البرامج وفي الأحاديث والقرآن والآلات الموسيقية.

مميزاته: –*يمتاز بشدة تجاوبه مع الذبذبات الغليظة.

عيوبه: *لا يستعمل خارج الاستوديوهات وذلك لالتقاطه صوت الهواء بشدة.

ثانيا: الميكرفون الديناميكي

يتكون من رق مثبت به ملف رقيق متحرك يتحرك الملف داخل مجال مغناطيسي عند وضع الميكرفون امام مجال صوتي فان هذا الرق يتحرك نتيجة الضغط الصوتي داخل المجال المغناطيسي فيتولد تيار كهرباء.

مميزاته: *يتجاوب مع الذبذبات الحادة.

*يستعمل في الاذاعات الخارجية لأنه لا يتأثر بأصوات الهواء ومجال حساسيته دائرة أي انه يلتقط بالتساوي من جميع الجهات.

*لا يتأثر بالحرارة والرطوبة وهو قوي شديد الاحتمال.

عيوبه: *انه يلتقط من كافة الاتجاهات التي قد تكون عيبا في بعض الاماكن.

ثالثا: الميكرفون القلبي

يجمع بين النوعين السابقين ويتكون من ميكرفون شريطي يعمل في نفس الوقت مع ميكرفون وملف متحرك وعند جمع المجال الصوتي للشريط والملف فان المجال الصوتي الناتج يكون على شكل قلب.

خواصه:

*يتجاوب مع الذبذبات الغليظة او المنخفضة فاذا كان المصدر الصوتي في اتجاه محور الميكرفون ففي هذه الحالة يعمل الشريط الموجود حسب نظرية الميكرفون الشريطي وكلما تغير المصدر الصوتي عن المحور كلما قل تأثير الشريط وبدأ تأثير الملف المتحرك يظهر في خصائصه، لذلك على المذيع التحدث امام هذا الميكرفون بزاوية تزيد عن ٩٠ درجه من المحور حتى يظهر صوته طبيعيا خاليا من النغمات الغليظة.

يستخدم في حالات كثيرة منها:

معالجة العيوب الصوتية الموجودة في القاعات ذات الصدى لان
عدم حساسيته في الاتجاه المضاد للمحور يجعله صالحا، يستعمل
في حالة المسارح او في حالة وجود ضوضاء الجماهير ليمنعها من الوصول الى المستمعين.

رابعا الميكرفون المكثف

لا تخرج عن النظريات السابقة ويعتبر من اهم الانواع التي احتلت مكانا مرموقا في المجال الاذاعي وهو من انواع ميكرفونات الضغط ويتكون من لوحين معدنيين يوصل أحدهما بتيار كهربي ثابت يصل الى ٢٠٠ فولت وهو ذو حساسية للموجات الغليظة والموجات الحادة بحيث يجمع بين مميزات الانواع المختلفة للميكروفونات وحساسيته للذبذبات تبدأ من ٥٠ ذبذبة الي ٢٠,٠٠٠ ذبذبة.

ويستخدم للموسيقى فهو أكثر صلاحية من أي نوع اخر وبذلك يقضي على جميع الانواع الاخرى خاصة داخل الاماكن المختلفة ومجاله اما دائرة كالملف المتحرك واما مثل الشريطي واما مثل القلب

عيوبه *يحتاج الى منبع كهربائي.

خامسا: الميكرفون العاكس

يتكون من سطح عاكس معدني مثبت في بؤرته ميكرفون عندنا تصطدم الاصوات في هذا السطح العاكس فأنها تتجمع في هذه البؤرة لذلك يستطيع ان يلتقط الاصوات البعيدة بواسطة ضبط السطح العكس في اتجاه الاصوات.

سادسا: الميكرفون المعلق

ضعيف الحساسية حيث يجب على المعلق ان يضع فمه قريبا جدا من الميكرفون، وفي بعض الحالات يعلق الميكرفون في رقبة المذيع ليكون قريبا من فمه واستعمال هذا الميكرفون عندما يكون المذيع وسط الناس وذلك لان صوت الناس لا يمكن التقاطه بهذا الميكرفون.

فهو عبارة عن ميكرفون شريطي وسمك الشريط كبير نسبيا لهذا يحتاج لقوة ضوئية عالية، وهذا الميكرفون لا يتجاوب مع الذبذبات الحادة العالية فهو لا يصلح الا للكلام

المونتاج الإذاعي

يمثل المونتاج حجر الزاوية في كل عمل إذاعي فهو الأساس في إخراج وتقديم العمل المتكامل بالصورة الإذاعية الفنية اللائقة، ولقد أصبح الفن الاذاعي بفضل استنباط المونتاج فنا متميزا له عناصره ومقوماته.

وعملية المونتاج ببساطة هي العملية التي تجرى على تسجيلات الشرائط بالحذف أو بالإضافة أو بالتعديل.

فلو تصورنا أن الشريط المسجل صفحة بيضاء من الورق تقدم عليها الانتاج الاذاعي فالمونتاج هو عملية التحرير على هذه الصفحة واسلوب الكتابة عليها.

وقد بدأ المونتاج عام ١٩٥٠ وأصبح دفعة قوية لتطوير هذا الفن، والغرض من استخدام المونتاج هو اخراج برامج متكاملة وممتازة ومختارة من عدة مصادر صوتية وتسجيلات مختلفة.

الميزة من استخدام الشرائط في التسجيل هي إنها أتاحت الفرصة إلى إمكان المونتاج للشرائط المسجلة وذلك بإزالة الأجزاء غير المطلوبة، إذا جاز لفظ التحرير على الورق يكون المونتاج هو العملية المشابهة لعملية التحرير ولكن على الشريط والشرائط المسجلة والمؤثرات الصوتية والألحان هي مقومات التحرير والشريط المسجل عليه هو بمثابة المسودة وما المونتاج في النهاية الا عملية إعادة صياغة أو إعادة تحرير المواد بطريقة ملائمة.

كيف تتم عملية المونتاج الإذاعي؟

عملية المونتاج الإذاعي أساسها عنصرين:

١-عنصر هندسي ميكانيكي

٢-عنصر فني قوامه الإحساس والانفعال

ولابد من تعاون كل من: -

١ – فني يقوم بالجانب الهندسي أو الميكانيكي.

٢ – مقدم البرنامج الذي تتوفر فيه حساسية الفنان التي تتلاءم مع طبيعة وإطار العمل الذي يقوم بإنتاجه.

الخواص الصوتية في عملية المونتاج

١ – الانفعال والإحساس الصوتي: فلكل شخص إحساس صوتي خاص مستمد من شخصيته وإحساسه ويتجاوب ويعتاد عليه المستمع فيجب الا تؤثر عملية المونتاج في هذا الانفعال.

٢ – سرعة الموجة الكلامية: لكل متحدث سرعة خاصة أي عدد كلمات ينطقها في مدة زمنية معينة وهي مستمدة من قدرة المتحدث بالإضافة لسرعة التنفس ويجب مراعاتها بواسطة قياسها.

٣ – الأصوات ذات الرتم: يحدث اثناء التسجيل ان تسجل اصوات لها رتم خاص مثل عجلات القطار ويجب ان تراعى هذه الاصوات في عملية المونتاج حتى لا يحس المستمع بأية فروق اثناء التسجيل.

٤ –الضغط على بعض الألفاظ والكلمات: من خصائص المتحدثين ويجب مراعاتها أثناء المونتاج حتى لا تفسد من طبيعة المتحدث في الكلام.

٥ – التعثر اللفظي: يحدث أن يتعثر أحد المتحدثين ويخطئ في أحد الألفاظ يمكن الغاء هذه الكلمة وابقاء الصحيحة.

٦ – مراعاة تغيير المستويات الصوتية: بحيث لا تظهر احدى الكلمات عالية من ناحية المستوى الصوتي في عملية المونتاج ويتم ذلك بالمسح الجزئي أي الاقلال من مستواه.

٧ – تسجيل الأصوات المصاحبة للتسجيل: يراعى استعمال شريط ثابت للمؤثر الصوتي الذي عمل منه التسجيل ويكون الجزء الذي تم فيه المونتاج منسجما مع بقية الأجزاء.

طرق المونتاج في الراديو

أولا: الطريقة الإلكترونية: تتلخص هذه الطريقة في استعمال ماكينتين في التسجيل وتستعمل بطريقة رئيسية في الاذاعة وهي مناسبة جدا لبرامج المنوعات وذلك بتجميع المواد وتسجيلها.

شروط الطريقة الالكترونية:

١ – يجب أن تصل ماكينة التسجيل الى سرعتها في أقل من ثانية.

٢ – يجب الا تظهر طقطقة في بدء التسجيل حتى لا تعوق عملية المونتاج.

٣ – يجب أن يكون معدل التغيير الميكانيكي صغيرا جدا.

٤ – يجب أن تكون رؤوس التسجيل مضبوطة وعدم ضبطها يؤثر في الخواص.

عيوب الطريقة الإلكترونية:

عملية النقل تضيف عيوبا الى التسجيل الأصلي وذلك بزيادة نسبة الشورة والتشويه.

ثانيا طريقة المقص:

تستخدم عندما لا يمكن استعمال الطريقة السابقة وذلك عند صعوبة النقل من شريط الى شريط بسبب تداخل الكلمات أو في الحالات الدقيقة مثل التسجيلات الموسيقية أو لفصل أجزاء غريبة عن التسجيل، وتتم عملية القص بواسطة مقص غير معدني مصنوع من الألمونيوم والغرض عدم تأثر مغناطيسية الشريط المسجل وتستخدم عندما يقطع الشريط اثناء لفه وطريقة القص تكون على زاوية قدرها ٤٥ ً وذلك لضمان متانة اللصق

تستخدم مواد كيميائية لعملية لصق الشرائط ومن عيوب هذه المواد انها تعتمد على ضرورة وضع طرفي الشريط مما يؤثر في سمك الشريط وبالتالي يؤثر بشدة على موتورات الماكينة فيغير من طبيعة الصوت كما أنها تزيل المغناطيسية مما يسبب مسح أجزاء من الشريط.

ويستعمل بدلا من هذه المواد الشريط اللاصق ويجب أن يمتاز بمرونة كافية ولا يتأثر بالحرارة والرطوبة ويجب الا يتأثر بالتخزين.

اختبار الجزء الملصوق:

يجب بعد عملية اللصق أن يختبر الجزء الملصوق بوسطة سماعة ونتأكد من عدم وجود عيوب. ومن محاسنها: انها تحتاج الى ماكينة واحدة.

ومن عيوبها: انها تفسد الشرائط بمضي المدة ولهذا تستخدم في البلاد صانعة الشرائط.

ثالثا: الطريقة المغناطيسية:

نادرا ما تستعمل ماكينة واحدة جمع قلم مغناطيس يشبه القلم الرصاص ويمكن بواسطته عمل المسح المطلوب ونتائجها قد تكون سيئة لأن أي خطأ ينتج عند مسح جزء من الشريط قد لا يكون مطلوب مسحه.

السماع أثناء عملية المونتاج

السماع اثناء عملية المونتاج ينتج عنه تعب الأعصاب للسامعين ويحتاج القائم بها الى راحة كل ساعتين وخاصة أن السماع العكسي للتسجيلات ينتج عنه ضعف لحساسية السمع

فهي تعتمد على خيال المستمع والمذيع لأنها ترتبط بإطار خاص يفرضه الموضوع فقد تكون إذاعة دينية وقد ترتبط بمناسبة معينة أو بحدث معين تكون أذهان المستمعين مهيأة له ومتوقعة لاستقباله من قبل.

من هنا كان عمل المذيع في الإذاعات الخارجية يعتمد على سرعة الخاطر وعلى المعلومات الكثيرة التي يعرفها والثروة اللغوية التي تجري على لسانه يرسم بها الصورة التي ينقلها الى المستمع من خلال الميكروفون.

والإذاعة الخارجية هي أكبر محك لمقدرة المذيع لإظهار فنه الإذاعي، وعرض ثقافته وحسن تصرفه، وفهمه لعمله، وصلته بالجمهور.

تدريبات الفصل الثاني

تحدث بالتفصيل عن:

تقنيات الإنتاج الإذاعي ....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

قواعد الكتابة الاذاعية...

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

المهارات الفنية لمقدم البرامج...

....
....
....
....
....
....
....
....
....

……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
المذيع والاتصال الفعال…………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………

الفصل الثالث

الفنون الاذاعية

*الحديث الإذاعي

*الحوار الإذاعي

*المناقشات والندوات

*الريبورتاج الإذاعي

*المجلة الإذاعية

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل يجب انا يكون الدراس قادر علي:

١-المقارنة بين الفنون الاذاعية المختلفة

٢-كتابة الفنون الاذاعية المختلفة

٣-تنفيذ الفنون الاذاعية المختلفة

أولاً: البرامج الاذاعية

الحديث الاذاعي المباشر

الحديث الاذاعي هو ابسط انواع الكلمة المذاعة فالبث الاذاعي عبارة عن المادة الكلامية التي تعتبر عصب الاذاعة.

وفي الحديث المباشر يقوم أحد المتخصصين في موضوع الحديث بتوجيه اراءة وافكاره الى الجمهور بخصوص هذا الموضوع ويلتزم المتخصص بأسلوب السرد ومن هنا نجد ان الحديث المباشرة يتميز عن الحوار وبرامج المناقشات التي تدور بين شخصين او أكثر. وقد يختلف نوع الحديث باختلاف الفئة الموجهة اليه الحديث، فقد يكون الحديث موجه الى جميع الفئات ولذلك نجد ان هذا الحديث حديث عام.

وقد يكون موجه الى فئة الاطفال او الشباب او المرأة او موجه الى طائفة من الطوائف واي كانت الفئة التي توجه اليه الحديث فلابد ان يمثل موضوع الحديث اهمية كبيرة بالنسبة للفئة الموجه اليه ولذلك فنجد ان محطات الاذاعة تتسابق في تقديم الأحاديث التي تتصف موضوعاتها بأنها مثار جدل ونقاش بين الجماهير حتى تكتسب جماهيرية وقد تناقش الأحاديث موضوعات معينة بناءات على طلب الجماهير ومقترحاتهم واي كان موضوع الحديث المباشر.

فلا بد لهذا الموضوع ان يتسم بالجدة والفائدة والاهمية بالنسبة للجماهير من المستمعين وقد يختلف نوع الحديث باختلاف المجال او التخصص الذي يتناوله الحديث وعلى ذلك فالحديث قد يكون دينيا او سياسيا او ادبيا او اقتصاديا او فنيا او عسكرية او تاريخيا ويدور الحديث حول معلومات

وأفكار حول التخصص ووجهات النظر المختلفة تجاه الموضوع ونجد ان قدرة المستمعين على فهم الحديث لا تعتمد بالدرجة الاولى على قدرتهم العقلية فقط ولكن تعتمد ايضا على قدرة الموضوع نفسه على استمالة المستمع حيث او ضحت بعض الدراسات ان قدرة المستمع على الفهم الفوري تقل نوعا ما في حالة ما اذا وجد الموضوع غير مشوق "

مدي ضرورة وجود نص مكتوب للحديث "

تختلف الآراء حول ضرورة وجود نص مكتوب للحديث الاذاعي الى ثلاث وجهات ويبدو ان مشكلة الاستقرار على وضع معين ملزم للجميع لم ولن تصل الى نهاية، اذ ان كلا من اصحاب هذه الآراء المختلفة يقدم من المبررات التي تؤيد وجهة نظرة الشيء الكثير. وهذه الآراء هي:

١–ان يكتب نص كامل للحديث كما يذاع على الهواء ويري أصحاب هذه الاتجاه ان السبب قدرة المتحدث من خلال هذا النوع على الالتزام بالزمن المحدد للحديث وايضا قدرته على عرض الافكار الاساسية بشكل منظم ومرتب دون تدخل او تشويش، وكذلك القدرة على انتقاء الكلمات والعبارات الواضحة والمعبرة عن الموضوع وكذلك ضمان تغطية جميع

جوانب الموضوع، مع اقامة التوازن المطلوب بينها حسب درجة اهميتها، وكذلك عدم الخروج الى موضوعات جانبية او ثانوية واعطائها أكثر من حقها، وكذلك ضمان منطقية الحديث أي تسلسل المقدمات والنتائج دون شطحات او قفزات او الوصول الى نتائج لا مقدمات لها.

٢–اتجاه يري بضرورة الارتجال وعدم اللجوء الى استخدام نص مكتوب لان الارتجال من وجهة نظر هؤلاء يحقق للحديث حيوية ويضفى عليه حرارة وتدفقا ويبعده عن الجمود.

٣–الاتجاه الثالث الذي يجمع بين الاتجاهين السابقين فيري انصاره بضرورة تسجيل وترتيب النقاط او الأفكار الرئيسية للموضوع كتابتاً ثم ارتجال الحديث في ضوء هذه النقاط

بناء الحديث الإذاعي

نجد ان الحديث الاذاعي شأنه شأن المواد الإعلامية المختلفة له وحدة بناء تتكون من بداية ووسط ونهاية فالبداية تمهد لموضوع الحديث وتهيئ المستمع وتثير انتباهه لسماع الحديث ثم يأتي جسم الحديث لرد المعلومات والحقائق والأفكار المختلفة ثم تأتى النهاية تلخيص لكل ما سبق.

الشروط الواجب مراعاتها عند تقديم الحديث الإذاعي

١–ان لا تسير طريقة تقديم الحديث على وتيرة واحدة حتى لا يؤدي الى الشعور بالملل والرتابة فلابد ان يقدم الحديث بطريقة تثير الانتباه من البداية حتى النهاية فلا بد ان يعرض تنويع موضوعه من زوايا مختلفة وان يراعي موضوعه من تنويع الايقاع والذي يتم باستخدام ادوات مختلفة مثل الاستفهام والتعجيب والتأكيد والجدية.

٢-إشراق الأسلوب وحيويته امران مهمان وهذا يعنى استعمال الالفاظ محددة المعنى والابتعاد عن الاستعارات الغامضة وطول الجمل والميل الي الحذلقة وروح الخطابة والاكثار من الاشارات الشخصية التي لا مبرر له.

٣-إن الحديث عن الحقائق والقضايا التي تهم الجمهور أكثر تأثيرا في نفوس الجماهير عن الموضوعات التي لا يهتم الجمهور بها

٤-توزيع الأفكار والمعلومات بطريقة منطقية ومتساوية طبقا للوقت المخصص لإذاعة الحديث

٥-لابد ان يتصف مقدم الحديث بالموضوعية وان يلتزم بقواعد النقد النزيه وقواعد الادب والذوق السليم

٦-إن نهاية الحديث لا تقل اهمية عن بدايته فالخاتمة هي التي تترك

الانطباع الاخير في ذهن المستمع تجاه موضوع الحديث، وعلى اساس هذه الفكرة او الانطباع يصدر احكامه واراءه.

٧-يجب ان يجذب الحديث اهتمام المستمع من بدايته الى نهايته بحيث لا ينشغل المستمع بأي شيء أخر حيث ان كل فقرة من فقرات الحديث لابد ان تثير فضول المستمع او المشاهد يتم اشباعه من خلال الفقرة التالية حتى يظل المشاهد او المستمع متابعا للحديث حتى النهاية

٨–قد لا يتابع المشاهد او المستمع الحديث من بدايته لذلك يجب على المتحدث التذكير بموضوع الحديث على فترات متفاوتة خلال الحديث

مقدم الحديث الاذاعي

مقدم الحديث له دور كبير في نجاح الحديث الاذاعي فبعد اختيار الموضوع الذي يهم الجمهور وبناء الحديث بناء جيدا نجد ان شخصية مقدم الحديث هي العنصر الثالث الذي يعتمد عليه نجاح الحديث الاذاعي

وهناك مجموعة من الصفات التي يجب ان تتوفر في مقدم الحديث وهي

١–ان يكون مقدم الحديث متخصص في موضوع الحديث سواء كان الموضوع ديني او اقتصادي او سياسي او تعليمي او علمي

٢–عنصر الشهرة بالنسبة لمقدم الحديث مهم لنجاح الحديث فعندما يكون مقدم الحديث من اصحاب الاسماء المعروفة لدي الجماهير والمشهود لهم بالكفاءة والخبرة في موضوع الحديث كل ذلك يساعد على نجاح الحديث

٣–ان يكون ذو شخصية جذابة واثقة ولديه قدرة على الاقناع

٤–ان تتسم انفعالاته بالتلقائية وعدم التكلف

٥–ان يتعامل مع المستمع او المشاهد على انه صديقة او انه شخص يعرفه من قبل

٦–ان تكون لديه القدرة على التحدث بلباقة امام المستمع او المشاهد والالمام ببعض قواعد التعامل مع الكاميرا والميكروفون

٧–الالمام ببعض أخلاقيات العمل الاذاعي حتى الان يصدر منه ما يمس عقيدة الافراد او مقدساتهم او يجرح مشاعرهم وخصوصياتهم او يفر منهم او يستخف بعقولهم

لغة الحديث الاذاعي

لابد ان تكون لغة الحديث الاذاعي سهله جذابة بعيده عن التراكيب اللغوية والالفاظ الضخمة الرنانة والكلمات التي تحتمل اكثر من معنى فالحديث لا بد ان يقدم بأسلوب بسيط مقنع منسجم التراكيب سهل الالفاظ فعلى المتحدث ان يكتب حديثه بنفس اللغة التي يتحدث بها في جمع من الناس الذي يعرفهم وان يضع نصيب عينيه الوضوح التام في بناء الجمل والعبارات واستخدام الكلمات، مدركا ان اشد الكلمات الاذاعية تأثيرا وفاعلية هي اكثرها سهولة ومباشرة في توصيل المعنى المقصود.

الحوار الاذاعي

نبذة تاريخية عن تطور البرامج الحوارية:

لم تعد البرامج الحوارية مجرد برامج ترفيهية لجمهور يرغب في التسلية، وإنما صارت جزءا من الروتين اليومي، وصار مقدمو تلك البرامج الأقرب للمشاهد -ربما-من أفراد عائلته، فهو يراه بشكل يومي، ويستمع لأفكاره وآرائه يوميا، وتجد الآن على كل قناة فضائية أو أرضية برنامجا حواريا واحدا على الأقل يحاول مناقشة الواقع، ونقل أحداث الشارع بشكل أكثر تفصيلا من نشرة الأخبار السياسية.

وهذا هو الهدف الذي نشأت من أجله تلك البرامج في الأساس، منذ أكثر من 50 عاما .ففي عام 1950قام الأمريكي "إدوارد آر مورو "أحد أشهر الصحفيين السياسيين

بتقديم برنامج "عالم صغير "Small World كل يوم أحد، وكان يقدم من خلاله التحاليل الإخبارية والسياسية، واستضاف العديد من الباحثين السياسيين لمناقشة نتائج الحرب العالمية الثانية وقتها.

ونجح البرنامج بشدة حتى صار يوم الأحد اليوم الأساسي والملائم لإذاعة أغلب البرامج الحوارية السياسية التي تلخص الأحداث التي تمت خلال الأسبوع.

ثم تنوعت بعد ذلك البرامج الحوارية لتشمل أغلب المجالات الأخرى بجانب السياسة من فن ورياضة، واستخدمت في الحملات الانتخابية لعرض وجهات النظر المختلفة للدعاية للمرشح السياسي، وكان للبرامج الحوارية الأمريكية النصيب الأكبر في كافة البرامج الحوارية التي ظهرت على شاشات التلفزة في العالم.

ثم تطورت مرة أخرى برامج الحوار لتظهر نوعية جديدة أطلق عليها اسم "البرامج الحوارية الشعبية "والتي ظهرت عام 1970، وأول من قدمها الإعلامي "فيل ونأوي " ببرنامجه الذي يحمل اسمه.

واعتمدت تلك النوعية من البرامج على كسر التابلوهات والحديث المألوف، فخاضت في كل الأمور الحياتية بما فيها الفضائح والجنس والتحرش وكافة سلبيات المجتمع وإيجابيات دون التمسك بحدود وإطار للمواضيع المقدمة.

وفي 1991بدأت برامج أخرى في الظهور من النوعية نفسها، فقدم الإعلامي جيري برينجر برنامجا يحمل اسمه، وتتم إذاعته إلى الآن، وقام الإعلامي جيني جونز أيضا

بتقديم برنامج آخر من النوعية نفسها توقف عام 2003، وغير ذلك الكثير من البرامج الحوارية التي اتخذت من التابلوهات مادة لها، ولاقت نجاحا كبيرا.

وفي عام 1996لم يعد من الممكن التوقف عند تقديم القضايا الساخنة والدرامية بشكل ما فقط، فكان لا بد من الخروج عن بعض النمطية، ليبدأ المعدون في إضفاء المرح على البرامج، وظهر "البرنامج اليومي "للإعلامي كريج كملبورن، والذي ظل يقدمه إلى عام 1999، ثم قدمه من بعده الإعلامي جون ستيوارت إلى الوقت الحالي

مفهوم الحوار الإذاعي وتقسيماته:

تستخدم كلمة الحوار كثيراً في الفن الإذاعي لتشير إلى أحد عناصر الدراما فهي في الإنجليزية تعني dialogue كما تستخدم كلمة حوار بمعنى مقابلة interview والحوار كقالب إذاعي يعرف بأنه محادثة ذات هدف أي أن القائم بالحوار يجري الحوار لهدف معين ومعنى معين ومنى ذلك أن الحوار محادثة conversation أن هناك شخصين أو أكثر في موقف تواصلي حول موضوع معين وبذلك يمكن تعريف الحوار الإذاعي بأنه لقاء هادف بين المذيع والضيف حول موضوع معين بهم الجمهور المستهدف ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل وفق المعايير الإذاعية والتفاعل المتبادل لا يقتصر على مجرد توجيه الأسئلة والحصول على الإجابة وإنما تشمل كل أدوات التواصل بين المذيع و الضيف سواء كانت هذه الأدوات لغة لفظية أو غير لفظية

فن الحور هو الفن الذي يعتمد على اجراء اللقاء بين طرفين او أكثر حيث يقوم المحاور (المذيع) بتوجيه الاسئلة لضيف او ضيوف البرنامج حول قضية تهم الجمهور والحوار هو العمود الفقري لمعظم الاشكال البرامجية فلا يكاد يخلو برنامج من الحوار فيما عدا الحديث المباشر، ونشرات الاخبار، والبرامج الاخبارية.

والحوار قد يشترك فيه الجماهير بتوجيه اسئلة الى ضيوف البرنامج عن طريق التليفون والبرنامج الحواري ممكن ان يقدم من داخل الاستديو حيث يأتي الضيف او مجموعة الضيوف الى الاستديو للمشاركة في البرنامج او قد يتم خارج الاستديو حيث يتم اجراء حوار بين مقدم البرنامج وبين جماهير المستمعين او المشاهدين حيث ينزل مقدم البرنامج الى الشارع او القرية او الجامعة والحارة لأجراء الحوارات المختلفة كأن يكون الحوار مع طبيب فأنسب مكان هو المستشفى وقد يجمع الحوار بين الامرين ان يتم جزء منه داخل الاستديو ويتم بعض الأجزاء خارج الاستديو

وينقسم الحوار طبقا لعدد الافراد المشاركين فيه الى حوار فردي وهو الحوار الذي يدور بين شخصين احداهما المحاور او المذيع والاخر هو الضيف او المتحاور معه وحوار جماعي وهو الحوار الذي يدربني أكثر من شخصيين حيث توجه الاسئلة من المذيع الى عدد من الاشخاص المشتركين في البرنامج.

كما ينقسم الحوار وفقا للموضوع الذي يتناوله الى حوار بسيط وهو الحوار الذي يدور حول موضوع واحد او جانب منه، وحوار مركب وهو الحوار الذي يتناول أكثر من قضية او مشكلة ونطرحها على مجموعة الضيوف

ولكي ينجح الحوار الاذاعي لا بد من ان يسبقه القيام بالعديد من الخطوات من اجل اجراء حوار اذاعي ناجح وهي

١-لابد ان يكون المحاور على علم كامل بموضوع الحوار لذلك لا بد ان يقوم بأجراء دراسة شاملة حول هذا الموضوع حتى يكون ملم بجميع جوانبه

٢-اختيار المتحاور بحيث يكون هذا الاختيار مناسبا لموضوع الحوار بحيث يكون من المتخصصين في هذا الموضوع مع الحرص على عدم توجيه اسئلة للمتحاور خارجه عن نطاق الموضوع ونطاق تخصصه.

٣-لابد للمحاور ان يراعي الجو النفسي لموضوع الحوار فإذا كان الحوار عن موضوع يسبب ألما أحزن فلا يكون المحاور مرحا او ضاحكا اثناء اجراء الحوار حتى لا يجرح ذلك مشاعر المستمعين او المشاهدين.

٤-عدم الغاء الكلفة بين مقدم البرنامج والمتحاورين كان يتبادلان المخاطبة بأسمائهم مع عدم الاخلال بمبدأ الالفة في الحور ووجود الد فيء الذي ينبغي ان يسود الحوار.

٥-ان لا يقدم المحاور لوما للمتحاور معه او تتفيها لأي راي من أرائه

٦-ان يتميز المحاور بالموضوعية وعدم الانحياز الى شخص او اري او مصلحه وان يكون الانحياز الى جانب الحق والعدل والقاعدة العريضة للجماهير.

٧-ان لا يستعرض المحاور أرائه وان يكون تعليقة في أضيق الحدود لان المشاهدين او المستقبل يريدون وجهة نظر المتحاور المتخصص في هذا الموضوع

٨–ان لا ينافق المحاور المتحاورين بل احترمهم دون اسفاف، وتواضع دون إذلال، وان لا يوجه لهم مهما كانت مكانتهم هالات من المديح والشكر.

٩–تجنب احداث اصوات لا معنى لها اثناء اجراء الحوار كان يقوم المحاور بإصدار بعض اللوازم مثل اه ... هيه .... تمام .... عال. بحجة ملء الفراغات الزمنية.

١٠–الالتزام بأخلاقيات العمل الاذاعي بعدم تحقير مهنة او السخرية من أي حرفه او طبقه او دين او اتجاه سياسي او مستوي ثقافي او تعليمي.

١١–ان لا يفتعل المحاور حلا او رأيا ويفرضه على النتيجة والمحصلة النهائية للحوار.

١٢–ان لا يكون المحاور نرجسيا معجبا بذاته بأن يبرز شخصيته على حساب شخصية المتحاور معه

*** اما بالنسبة للأسئلة التي يستخدمها المحاور اثناء الحوار**

فلابد ان يكون هناك:

١–ترتيب الاسئلة ترتيبا قمما يحقق عنصر التسويق فلا تكون الاسئلة الهامة في اول المقابلة ثم يكون الاسئلة الأخرى المساعدة في نهاية المقابلة او ان تكون الاسئلة الاولى قد غطت كافة الجوانب ولم يعد لأي اسئلة قيمة بعد ذلك ومعنى ان ترتب الاسئلة قميا أي ان تكون هناك اسئلة على درجة كبيرة من الاهمية يتم توجيها بين الاسئلة الأخرى المساعدة.

٢–تجنب الاسئلة المطولة او الشاملة التي يمكن للجواب عليها ان يغطي الموضوع بأكمله ويسمح للضيف في الاسترسال الممل او يجعله يخرج عن موضوع السؤال.

٣–تجنب توجيه اسئلة ذات طابع شخصي لأي من ضيوف البرنامج كأن تتناول الاسئلة حياتهم الاسرية الصحة الزوجة او حتى ما يتعلق بالأكلات المفضلة او الألوان المحبة ما لم يكن ذلك له علاقة وثيقة بالموضوع.

٤–تجنب الاسئلة الايحائية التي توحي للمحاور ان يجيب اجابة بعينها قد تمثل هذه الاجابة في الحقيقة رأي مقدم البرنامج كأن تقول أظن انت موافق على ان هذا الموضوع صحيح الخ

٥–تجنب الاسئلة المغلقة أي الاسئلة التي تكون اجاباتها بنعم او بلا كأن تسأل هل توافق على هذا الرأي اذ يجب ان يكون السؤال مفتوحا يعطي مجالا واسعا للرد ما هو تعليقك على هذا الراي

٦–تجنب الانتقال بشكل مفاجئ من سؤال الى سؤال حيث حيث ان هذا الاسلوب يجعل المستمع يشعر بعدم الترابط بين الاسئلة وعدم وجود علاقة بينهم وبين موضوع البرنامج

٧–تفادي الاسئلة البديهية المعروف اجابتها سلفا كأن يسأل أحد المحامين هل تخرجت من كليه الحقوق.

٨–تجنب الاسئلة المحرجة التي قد تسبب احراج للمتحاورين

٩-ان نجعل السؤال الاخير من اسئلة القيمة الهامة لكيلا تكون نهاية البرنامج تافهة او هابطة وبما يحقق التوازن بين جميع اجزاء الحوار.

هناك بعض الاعتبارات الفنية التي يجب عملها قبل الحوار

١-يجب التأكد من زوايا وأبعاد الميكروفون حتى يكون الصوت واضحا وغير مشوش.

٢-محاولة ازالة الرهبة والخوف لدي المتحاور معه قبل بدء التسجيل وذلك من خلال عمل حوار عادي معه في امور بعيده عن موضوع الحوار.

٣-الاتفاق مع مهندس الصوت والمخرج على الاشارات المختلفة المتبادلة بينهم حتى نضمن سير الحوار في إطار الزمن المحدد.

٤-علينا ان نحدد المساحة الزمنية لكل مقابلة في إطار الزمن المحدد للبرنامج كله حتى لا نضطر الى حذف اجزاء من الحوار بما قد يفيد العمل كله.

انواع الحوار

قد لا نستطيع ان نفصل فصلا حادا بين انواع المقابلات التي نجريها اذ من الممكن ان يجتمع في المقابلة الواحدة أكثر من نوع لكن التقسيم انما وضع لكي يوضح السمات الاساسية لكل نوع.

من حيث الهدف:

١-مقابلة الرأي

opinion Tnteuiew ومن خلال هذا الحوار نريد عرض رأي المتحاور معهم في قضية من القضايا التي تهم الجمهور وتشغل الرأي العام فهناك قضايا عديده تكون موضع جدل واختلاف في وجهات النظر بين الافراد والجماعات انها بمثابة استفتاء ومقابلة الرأي تعتبر الاسلوب المثالي لممارسة الديمقراطية وبصفة خاصة اذا كان موضوع الحوار يتعلق بقضايا عامة حيوية يهم الجمهور في حاضرها ومستقبلها او قضايا قومية او سياسية

٢-مقابلة المعلومات

وفي هذا النوع من المقالات نحن لا نطلب رأيا انما نطلب معلومات حول موضوع معين لذلك لا بد ان يكون موضوع المقابلة او الحوار في دائرة اختصاص الشخص الذي نجري معه الحوار ولذلك ينبغي ان تضفي شخصية الضيف المتحاور على الموضوع مهما كانت شهرته، فنحن نريد معلومات عن موضوع ما وقع في دائرة اختصاصه، وغالبا ما يقوم المحاور بإعداد هذه المقابلة اعداد كاملا وبصفة خاصة لأنه غير متخصص في موضوع الحوار حتى لا يخطأ أخطاء عملية وموضوعية ولكن ينبغي ان تبدو المقابلة طبيعية لا افتعال فيها

٣-مقابلة الشخصية

وفي هذه النوع من المقالات تكون شخصية الضيف المتحاور معه هي الاساس فنحن نريد القاء الضوء على تلك الشخصية من جميع جوانبها مثل الشخصيات العامة والمشهورة في المجالات المختلفة مثل العلم والادب والفن والرياضة وغيرها حيث يلقي المحاور الضوء على تاريخ هذه الشخصية ومؤهلاتها وهوايتها المفضلة والمناصب التي تقلدها وغيرها من الجوانب التي تقربنا أكثر من هذه الشخصية.

أما من حيث الذي يجري معهم الحوار فهم ثلاثة أنواع:

١- الحوار الفردي :individual interview وهو حوار بين المذيع وضيف واتحد فقط.

٢- الحوار الثنائي: **:**bilaterainter view وهو حوار بين المذيع ضيفين.

تصنيف الحوار على أساس عدد الضيوف هو:

الحوار الدائري: وهو عدة حوارات تم في مواقف حواري واحد وبصورة يغلب عليها الطابع التلقائي.

كما أن البرامج الحوارية تنقسم إلى:

١- برامج المقالة نوع من أنواع الحوار الإذاعي ويطلق اصطلاحاً " المقابلة " في الراديو التليفزيون على هذا النوع من البرامج الذي يلتقي فيه منبع مع

شخص ليجري معه حوار حول موضوع من الموضوعات التي تسهم المستمعين أو المشاهدين فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها.

٢- يرى البعض أن المقابلة ليست الأهداف أو غرضاً من أغراض المحادثة ومن ثم فغن المقابلة النموذجية تشتمل على العديد من خصائص المحادثة مثل الإنسانية أو خصائص المحادثة مثل الإنسانية أو لتدفق الحر وتبادل الرأي أو الحوار أو الحديث الطبيعي والتلقائية أو العضوية.

مكونات الحوار الإذاعي وإنتاجه:

ليس هناك شك أن الحوار يمثل أساساً قوياً للعديد من القوالب الإذاعية الأخرى فالحوار يمكن أن يأتي كفقرة في تحقيق إذاعي أو مجلة إذاعية ...الخ.

كما أن الحوار هو أساس برامج المناقشات بأساليبها المختلفة وأن الحوار في حد ذاته كثيراً ما يشكل برنامجاً إذاعياً متكاملاً.

ومن هذا يمكن القول بأن عناصر الحوار الإذاعي هي:

١- مذيع يجري الحوار.

٢- شخص أو ضيف يجري معه الحوار.

٣- الموضوع الذي يوجهها المذيع إلى الضيف لتكشف عن أبعاد الموضوع المختلفة.

٤- المستمع أو المشاهد الذي يتابع الحوار من جانب السائل والمجيب ويعتبر نفسه طرفاً في السؤال والجواب معاً والذي يبحث هو الأخر مع المذيع عن المعلومات والأفكار والآراء عند الضيف (الجمهور).

٥- الأجهزة والمعدات.

٦- الوقت أو الزمن.

٧- اللغة.

٨- الوسيلة.

٩- ومن ثم فهناك مواصفات وشروط ينبغي أن تتوفر بدقة لكل عنصرين من هذه العناصر وعلى المذيع أن يعرف ما هو الموضوع الذي يصلح للحوار أو المطلوب للمقابلة ومن هو الشخص المناسب لهذا الحوار أو الموضوع والعكس بمعنى أن يحدد الموضوع المناسب للشخص بدلا من أن يحدد الشخص المناسب للموضوع ...حسب الحوار ثم يعرف ما هي الأسئلة التي تحق هدف الحوار ويعرف كيف يوجهها وكيف يتعامل مع ضيف البرنامج قبل توجيه هذه الأسئلة وثنائها

أولا: مذيع الحوار:

ضمن أهم الصفات التي يجب توافرها في مذيع الحوار عندما يكون يتحاور أن يتسلح بنوعين أساسيين من مهارات الاتصال:

الأول: مهارات الإنصات والثاني مهارات التحدث وتتقدم مهارات الإنصات على مهارات التحدث لأن الإنصات أشد أهمية كما أن مستلزمات التحدث بكفاءة عالية وأول مقتضيات مهارات الإنصات أن يركز مذيع الحوار على مضمون حديث الضيف فالتركيز الذهني من شأنه أن يمكن المذيع من التقاط الأفكار الأشد إثراء للموضوع الحواري وأكثر إثارة للجمهور في الوقت نفسه كما يتمكن أيضاً من مقاومة مختلف عمليات التشويش على الموقف الاتصالية سواء كان مصدر هذا التشويش على الموقف الاتصالية سواء كان مصدر هذا التشويش صناعياً أو طبيعياً.

كما أنه يجب على مذيع الحوار الاعتدال في الحماس والاتزان الانفعالي فاعتدال ممن أهم مهارات المحاور الناجح كما أن المرونة من أهم صفات الإذاعي الناجح فإذا ظهر على مذيع الحوار الحماس الزائد تجاه موضوع معين وهذا يؤدي إلى انحراف المحاورة عن موضوعها الأساسي وبهذا تضيع الأفكار الأساسية المرتبطة بهدف البرنامج المذاع

كما أن التزام المذيع بالمرونة يعصمه من أن يرى الحياة بوجه واحد ابيض أو أسود أو أن ينظر إلى الحياة بما فيها من مواقف على إنها لا تحتمل إلا وجهاً واحد فقط بالمرونة المغلقة بشيء من الصرامة والإحساس بالمسؤولية تجعل المذيع لا يتمكن منه الإحباط واليأس عندما لا يجد معلومات عن الموضوع أو عندما يلقي صعوبات في الالتقاء بالضيف أو عندما يكون الضيف من غير المشجعين أو من النوع الحذر أومن النوع المتشدد فيا لتعامل مع الإعلاميين كما أن المرونة تجعل مذيع الحوار يتعامل بكفاءة مع المشكلات التي تقف أمامه أثناء الحوار أو خارجه وتجعله يتعامل بعقل

مفتوح مع الضيف بمعنى إذا كان له وجهه نظراً فإن من حق الضيف أن يعبر هو الآخر عن وجهه نظرة ويجب على مذيع الحوار أن يجعل من كل حوار فرصة لزيادة قدراته العقلية على التحليل والتفسير والاستنتاج أو اكتساب معلومات جديدة

كما انه يجب على مذيع الحوار أن ينمي مهارات الإنصات هذا يعني أن الإنصات الجيد بمعنى بذل المزيد من الجهد والطاقة فقد يكون الضيف الحوار مثلا من النوع الذي يتحدث بسرعة فإذا اعتقد المذيع أن هذا يعد مبرراً له بعدم الإنصات يصبح أقرب مثل للمحاور الإذاعي السيئ فالمفروض في موقف كهذا أن يكون لمذيع الحوار هذا القدر من الإصرار والمثابرة وكذلك من القدرة على ضبط الذات وأيضاً القدرة على التأثير في التحدث بحيث يبطئ من سرعة حديثه حتى يكون مفهوماً كما أن الحوار الجيد يتطلب نوعاً من الذكاء الاجتماعي والذي يتطلب من صاحبه أن يكون مضافاً في علاقته بالمتحدث وأن يكون قادرا على البروز والتآلف وأن تتوافر فيه صفة الفضول وحب الاستطلاع وهذه بعض العناصر الخاصة بمهارات الإنصات والذي يجب توافرها في مذيع الحوار أما بالنسبة لمهارات التحديث فإنها الوجه الآخر للإنصات ومهارة التحدث تعتمد على الحصيلة اللغوية لمذيع الحوار أولاً، وقدرته علي. التوظيف لهذه الحصول في سياقها الاجتماعي ثانياً وغني عن البيان ضرورة توظيف الحصيلة اللغوية للقضية مجال الحوار

وعندما يمتلك مذيع الحوار ثروة لغوية كبيرة ومتنوعة فإنه بدون شك لن يجد صعوبة في اختيار الكلمات والتركيب اللغوية التي تجذب انتباه الضيف والجمهور وتجعل المذيع في موقف الاحترام وربما الانبهار في نفس هذا الضيف كما أن مذيع

الحوار عندما يتمكن من توظيف قدراته اللغوية في سياقها الاجتماعي الصحيح فإنه لن يجد صعوبة في أن يكون نشاطه الإعلامي يلقي صدى طيباً في نفس ضيف الحوار والمستمعين كما أن هناك حديث عن رسول الله وهو يبين لنا ان الناس يكبون على وجوهم في النار بسبب حصائد ألسنتهم وقديما يقول الشاعر:

لسان الفتى نصف ونصف فؤاده   فلم يبق إلا صورة اللحم والدم

فالفرد لا يكون إنساناً ذو قيمة في المجتمع إلا من خلال شيئين:

الأول: لسان فصيح (قدرة على التحدث).

والثاني : قلب جريء (شجاعة) وإذا توافر هذان الشرطان أصبح الفتى إنسانا كاملاً وإذا توافر احدهما دون الأخر أصبح نصف إنسان وبالمثل فمذيع الحوار لابد أن يجيد فن الحديث مع الآخرين ولابد أن يكون لديه قدر من الثقة والشجاعة حتى يتعامل مع الضيوف والجماهير ومع الميكروفون دون تلعثم أو ارتباك ويجب على مذيع الحوار أن يعلم فن الحديث مع الآخرين وإن ذلك يكون من خلال عمق وتنوع علاقاته بكافة فئات الناس وتفاعله مع قضايا المجتمع والقراءة المستمرة الصادقة وعندما يكون المذيع قارئا جيداً وإذا كان اجتماعيا فإنه بذلك يكون محاور ناجح كما أن مذيع الحوار يقرأ في جميع فروع المعرفة وعندما يكون الحوار متخصص في مجال معين يكون هذا المجال محل الاطلاع والقراءة المكثفة كما أن مذيع الحوار يجب أن يكون ملما بكل القضايا والموضوعات التي تهم الجماهير فيكون أيضا مواكب ومعايش لواقع عصره

كما يجب على مذيع الحوار أن يمتلك القدرة على ضبط الأعصاب وذلك لأن المذيع الحوار عرضة لأن يتلقى بالعديد من الشخصيات في مختلف الثقافات والأمزجة ولا يستبعد أن يكون من بينهم شخصيات استفزازية ومن ثم ينبغي أن يتحلى المذيع بالقدرة على ضبط الأعصاب وعدم الاستجابة للاستفزاز على النحو الذي يحيل البرنامج إلى معرفة شخصيته.

ثانيا: موضوع الحوار :subject

علاقة المذيع بالموضوع تتلخص في كلمة واحدة هي المعرفة وهناك فهم خاطئ بأن المعرفة بالموضوع تقتصر على القراءة فيه فالقراءة ما هي إلا إحدى مصادر المعرفة ويمكن اكتساب المعرفة بموضوع معين من خلال المشاهدات والملاحظات وإعمال التفكير وتدوين المعلومات والاتصال الشخصي بالأفراد الآخرين فأحد مصادر المعرفة الذي يتناسب موضوع معين قد لا يتناسب موضوع أخرى

فهناك الموضوعات التي تتعدد مصادر المعرفة فيها فهناك الموضوعات التي لا يوجد لها سوى مصادر محدودة وعلى أي حال فإن مذيع الحوار وتوجيه الأسئلة على الضيف والتفاعل معه أولا يبدوا أمام الضيف والجمهور بمظهر الجاهل الذي يفقد مصداقيته كما أنه من خلال المعرفة بالموضوع يتمكن المذيع من تحديد نقاط تركيز الحوار بما يخدم أهداف البرنامج في إطار أهداف الإذاعة وهذا يضفي نوعاً من الإثارة والتشويق بما يتيح الفرصة أماه للبروز والتآلف ورغم ذلك فإن بعض مقدمي برمج الحوار كثيراً ما يقعون في ثلاثة أخطاء مما يضفي إلى نتائج سلبية في البرنامج الحواري :

الأول: أنه في بعض الحيان يكون مذيع الحوار لديه المعرفة العميقة بالموضوع ويعمل على إظهار معرفته أكثر من الضيف علماً بالموضوع ويطرح الأسئلة ويجيب على بعضها وهذا يثير غضب الجمهور لأنه يرغب في أن يستمع إلى الضيف لا إلى المذيع.

الخطأ الثاني: أن يكون المذيع لا يعرف شيئاً عن الموضوع فيصبح دورة قزمياً في المحاورة ويصبح الضيف هو القائد لمسيرة الحوار ويكون الحوار في هذه الحالة جامداً مدموغاً بالعشوائية والتخبط ويبدوا المذيع بمظهر لا يحسد عليه.

والخطأ الثالث: هو المعرفة المشوهة العمياء بالموضوع بمعنى أن المشيع لا يتعب نفسه في المعرفة المسبقة بالموضوع وإنما يحاول أن يعرف بعض المعلومات من الضيف قبل أن يجري الحوار ولأنه من المؤسف أن بعض المذيعين يطلب الضيف بعض النقاط التي يجب أن يتناولها الحوار

ثالثا: ضيف الحوار interviewee:

ضيف الحوار هو الشخص الذي يتحاور معه المذيع حول موضوع معين وقد يكون هذا الشخص خبيراً أو طالباً ...الخ وقد يكون يجمع بين أكثر من صفة ويتأثر مستوى الحوار بنمط العلاقة بين كل من المذيع والضيف ويلعب المذيع الدور الأكبر في تحديد هذا النمط وهناك مجموعة من الأسس يجب أن يتبعها مذيع الحوا وهي : حسن اختيار الضيف المناسب للموقف أو الموضوع فإذا كان الحوار يتناول طرق الوقاية وأساليب العلاج من مرض معين فمن الضروري أن يكون الضيف طبيباً مختصاً وإذا

كان الموقف في عقوق الأبناء للآباء يكون من المناسب إجراء الحوار مع ضيوف أطراف في الموضوع وهكذا

.كما أنه يجب معرفة ضيف الحوار إذا كان شخصية هامة أو معروفة فالواقع أن المعرفة بالضيف ضرورية في كل الأحوال وإن اختلفت أساليب هذه المعرفة كما أن المعرفة بالضيف تسهل التفاعل أثناء الحوار وإذا كان الضيف عالماً مشهوراً أديباً معروفاً فيمكن للمذيع التعرف على الضيف من خلال مؤلفاته أما إذا كان مواطناً عادياً فيمكن التعرف عليه مباشرة بحيث يعرف اسمه ومهنته وبعض ظروفه أما إذا كان الضيف شخصية مشهورة فإنه يسعد كثيراً عندما يعرف أن المذيع لديه معرفة بإنجازاته ومساهماته كما أن المعرفة بالضيف تمكن مذيع الحوار من تقديمه إلى المستمعين بالطريقة الملائمة

فإذا كان الضيف الحوار أستاذا في المسرح يقدمه المذيع باسمه ووظيفته وقد يركز بعض أعماله الأدبية أو النقدية وهكذا كما أنه لا مانع في أن يتنافس المذيع مع الضيف حول العناصر الأساسية لموضوع الحوار ومدته والهدف منه بل والاتفاق معه على إشارات معينة بشأن الإسراع أو الإبطاء أو الإيجاز والإسهاب ...الخ.

وهذا لا يعني أن يجري المذيع مع الضيف تجربه تسجيل أولية لأن مثل ذلك يفقد الضيف حماسة للموضوع وتؤدي إلى توتر الضيف أما من حيث شعور الضيف فبعض الضيوف تنتابهم حالة من التوتر أو الخوف والارتباك.

عندما يتحدثون أما الميكروفون ويكون هذا في الأشخاص محدودي الخبرة في التعامل مع وسائل الإعلام ومذيع الحوار الجيد هو الذي يكتشف هذه النوعية من الضيوف من البداية وقد دلت أساليب الممارسة على أن أفضل طريقة للتعامل معها في كسب ودها وثقتها من خلال التحدث معها في موضوعات الحياة يصله ويكون ذلك في لقاء قبل التسجيل على أن يتم في إطار من التلقائية والبساطة ومن هذا اللقاء الودي يمكن أن يبدأ تسجيل موضوع الحوار.

فبعض الضيوف لهم خصائص معينة فهتاك أشخاص على كفاءة مهنية عالية وصفات إنسانية ويدركون أهمية الإذاعة وسائل الاتصال عموماً وعلى الجانب الآخر هناك بعض الضيوف من هو مستفز وعدواني وهناك نوع آخر وهو كثير الكلام فيما هو غير مجدي ومن هو قليل الكلام وفي مثل فيما هو غير مجدي ومن هو قليل الكلام وفي مثل هذه الحالات لابد أن يتعامل المذيع بنوع من الدبلوماسية والمرونة والإصرار إلى أقصى حد ممكن

كما أن من أهم الجوانب للحصول على المعلومات أو الآراء المطلوبة للحوار هو أن يعرف المذيع تلك الزاوية أو الفكرة التي يكون الضيف متحمساً لها وبعض ضيوف الحوار يطلبون قراءة كلامهم من ورقة مكتوبة ويجب على مذيع الحوار أن يفض مثل هذا لأنه يجعل الحوار جامد ويفقد تلقائية ونفس المشكلة عندما يطلب الضيف من المذيع أن يوافيه بالأسئلة مكتوبة أولاً حتى يمكنه الإجابة عليها كما انه يجب على المذيع أن يتنبه جيداً لما يقوله الضيف وهذا من مقومات الحوار الناجح لأن الانتباه الشديد لحوار الضيف يمنع المذيع في أن يقع في أخطاء في الأسئلة .

انتباه المذيع يجعله يتمكن من ان يستشف صمت الضيف أو سكوته : هل الضيف يفكر في إضافة معينة أم انه يحاول تجميع فكرة أو انه يريد تأكيد موضوع أو تصحيح معلومة في مثل هذه الحالات توحي تعبيرات وجه الضيف بمعنى والانتباه هو الذي يجعل المذيع يدرك هذا المعنى فيشجع الضيف على الحديث أو يقرر أن يسأله سؤال آخر كما انه يجب أن لا تطغى شخصية المذيع على شخصية ضيف البرنامج إنما يكون الضيف هو النجم وفي نفس الوقت لا يفقد المذيع وجوده وذاتية كقائد للحوار وموجه لمساره فإذا خرج الضيف عن الإجابة المطلوبة وتطرق إلى قضايا لا ترتبط بموضوع الحوار وهدفه في هذه الحالة يجب على مذيع الحوار التدخل من أجل توجيه الحوار في الاتجاه المطلوب

والتفاعل اللفظي بين الضيف ومذيع الحوار هو العمود الفقري للحوار الناجح ويقصد بالتفاعل هنا الأخذ والرد بتلقائية بحيث لا يكون الحوار جامداً مثل استجواب في تحقيق قانوني كما يقوم المذيع بالتعليق المفيد على بعض ما يقوله الضيف والتقاط أفكار من أقوال الضيف وتوجيه الأسئلة المستمدة من هذه الأفكار وبلورة النقاط والأفكار الهامة وتحفل اللغة العربية بالعديد من الأساليب والمعاني اللغوية والتي تكون مفيدة إلى حد كبير لمذيع الحوار في تحقيق التفاعل مع الضيف وإذا عود المذيع نفسه على استخدامها وأهم هذه الأساليب الاستنتاج ، التأكيد ،التوضيح ، الاستيضاح ، والاستفسار ، الاستدراك

رابعاً: الأسئلة question:

إن وظيفة الأسئلة في الحوار الإذاعي هي الحصول على المعلومات والآراء وكافة الاستجابات الضرورية لتحقيق الهدف من الحوار، تمشياً مع هدف البرنامج وأهدافه الإذاعة ومتطلبات هدف البرنامج وأهدافه الإذاعة ومتطلبات الجمهور غير أن هذه الوظيفة الأساسية للأسئلة في الموقف الحواري لا تنفي أن تكون تلك الأسئلة من مصادر إضفاء اللمحة الفنية وقيمة الجمال على الموقف الحواري ككل فمضمون السؤال وأسلوب التوجيه وما يحققه السؤال من تفاعل ظاهر بين المذيع والضيف ،كل هذه الأمور تتضمن جانباً إبداعياً يجذب انتباه الجمهور وينمي شخصيته الإذاعية بدرجة لا تقل عن مضمون الحوار ذاته أما عن طريق توجيه الأسئلة فإنها ترتبط بمراعاة المعايير الإذاعية المقبولة في البرامج المقدمة

ولقد حاول عديد من الممارسين والباحثين في مجال الاتصال الجماهيري أن يضعوا بعض الإرشادات الخاصة بأسئلة الحوار ومن هذه الإرشادات الخاصة بأسئلة الحوار ومن هذه الإرشادات:

١- الدقة وتحديد منى السؤال.

٢- ارتباط الأسئلة بموضوع الحوار.

٣- ارتباط الأسئلة بصفة اختيار الضيف للتحاور معه فإذا كان ضيف الحوار مثلاً أحد الطلاب المقيمين في المدينة الجامعية لمعرفة رأيه فيا لخدمات التي تقدمها المدينة للطلاب.

٤- تجنب الأسئلة المركبة أو المزدوجة.

٥- تجنب الأسئلة ذات الصياغة الطويلة.

٦- تجنب الأسئلة عن الأشياء التي تمت معرفتها من خلال المقابلة.

٧- بالنسبة للأسئلة المغلقة أي التي يجاب عليها بنعم أو لا فقط يجب أن يكون استخدامها ليس لمجرد معرفة إجابة الضيف ما إذا كانت نعم أو لا وإنما تستخدم عادة إذا كانت الإجابة عليها ستقود الحوار في اتجاه معين.

٨- تجنب الأسئلة الافتراضية.

٩- تجنب الأسئلة الإيحائية.

١٠- إعادة الأسئلة التي سبق لضيق أن أجاب عليها.

١١- عدم تكرار الأسئلة التي سبق للضيف أن أجاب عليها.

١٢- عدم تكرار نفس المعنى لصيغة الاستفهام في السؤال الواحد.

خامساً: الأجهزة: equipment:

سواء كان الحوار يتم داخل الأستوديو أو خارجه فإن المذيع يجب أن يتأكد من أن الأجهزة والمعدات التي يستخدمها في الحوار تعمل بكفاءة ولا شك أن الطاقم الهندسي المسئول عن الأستوديو يقوم بدور أساسي في هذا الخصوص، ولكن عندما يتم تسجيل الحوار خارج الأستوديو في الشارع، في المصنع ...الخ

يتحمل المذيع المسؤولية كاملة عن كفاءة عمل الأجهزة بحيث يتم تسجيل بمستوى فني جيد والأجهزة والمعدات التي يستخدمها المذيع في تسجيل الحوار خارج الأستوديو تتمثل عادة في جهاز التسجيل وملحقاته

شريط التسجيل، الميكروفون، ....الخ كما أن مسؤولية المذيع هي التأكيد من سلامة وكفاءة جميع الأجهزة الخاصة بالتسجيل كما انه يجب مراعاة مجموعة من المواقف في الحوار مثلما يجب أن تكون المسافة بين الضيف وجهاز التسجيل في كلاً من حالة التسجيل بدون ميكروفون أو التسجيل بميكروفون.

الطريقة التي يمسك بها المذيع الميكروفون يجب أن توحي بالجدية والاحترام للمهنة بإضافة إلى ذلك الحذر عند تحريك الميكروفون بحيث لا يوجب تحريك الميكروفون منعاً لحدوث التشويش.

كما أن هناك العديد من الخطاء التي يشيع استخدامها في البرامج الحوارية.

أن بعض المذيعين لا يتأكدون من ان التسجيل قد تم بالفعل مثل ما حدث بالإسكندرية أن التقى وفد بأحد الشخصيات الهامة وعمل معهم حوار لمدة طويلة ثم فوجئ بأن التسجيل لم يتم الميكروفون كان مغلقاً off بدلاً من .on

وبعض مذيعي الحوار يقع في ترك جهاز التسجيل أثناء عدم استخدامه ويكون ذلك في مكان يمكن أن يفقد الجهاز أو يتم نسيانه.

وأيضاً الإهمال في الاحتفاظ بالبطاريات القابلة للشحن وإذا اخذ مذيع الحوار في الاعتبار هذه المعايير يتجنب الوقوع في العديد الأخطاء والمشكلات.

سادساً: الوقت :time

فلكل برنامج إذاعي إطار زمني يتحدد على خريطة الإرسال من حيث مدة الحلقة وتوقيت تقديمها فترة الضحى أو الظهيرة ...الخ.

علاوة على ذلك فإن عملية التسجيل نفسها تتم في إطار زمني معين وهناك بعض المشاكل التي تواجه مذيع الحوار في هذا الخصوص مما يؤدي إلى نوع من الخلخلة وأحياناً تشويه البرنامج واهم هذه المشاكل هي إطالة الضيف في الإجابة على بعض الأسئلة أو الخروج عن الموضوع أو تكرار الأفكار والبطء في الحديث وكثرة فترات الصمت ...الخ ينظر مذيع الحوار إلى هذه الأمور في بعض الأحيان على أنها غير ذات أهمية اعتماداً على عملية المونتاج مما يؤصل فيه عادة عدم الاكتراث بمسألة الوقت

وبصفة عامة، فإن المحاور الناجح هو الذي يكون فيه الحوار المسجل يستغرق نفس المدة التي سيذاع فيها هذا الحوار دون الحاجة إلى عملية مونتاج حيث إن هذه العملية تؤدي أحياناً إلى تشويه الحوار سواء من حيث الفكرة أو من حيث مستوى الجودة الفنية.

كما أن عامل الوقت يتصل به ما يلجأ إليه بعض الإذاعيين من القيام بتسجيل عدد كبير من برامج الحوار في يوم واحد بحيث تكون معدة للإذاعة خلال الفترة القادمة وقد يتصل الأمر إلى تسجيل أكثر من عشر حلقات فيأتي ذلك على حساب مستوى البرنامج وينظر بعض الإذاعيين إلى هذه المسألة على أنها مصدر راحة لهم، ويهملون

ما يقتديه الحوار من إعداد مسبق جيد وهذا بالطبع يقلل من مستوى جودة الحوار أو أنه يعكس العمل بمنطق " اللا هدف " وأن المسالة مجرد ملء وقت الإرسال.

سابعاً: اللغة: language

إن لغة الحوار تحكمها القواعد الخاصة باللغة الإذاعية بوجه عام من حيث البساطة والوضوح والدقة والشخصية اللغوية للإذاعة في الوقت نفسه هناك جوانب لغوية خاصة بالمستويات اللغوي للحوار الإذاعي أهم هذه الجوانب أن يستخدم المذيع تلك اللغة التي تناسب الموقف الحواري كل بما ينقل ها الموقف بتفاصيله وخلفياته إلى الجمهور المستهدف فالمستوى اللغوي المستخدم في حوار مع احد رجال الدين يختلف عن هذا المستخدم في حوار مع سائق التاكسي وهذا يعني أنه لابد أن تكون لغة الأسئلة التي يستخدمها المذيع أثناء الحوار تتماشى مع ثقافته الضيف .

أما العنصر الأهم في تحديد المستوى اللغوي للحوار فهو السياق الحواري نفسه أو الموقف الاجتماعي الذي يتم فيه الحوار وتأتى أهميه هذا العنصر من كونه يجسد الجو العام للموقف بحيث ينتقل إلى الجمهور بصدق فإذا أجرينا حوار إذاعي مع أحد علماء الطبيعة في معمل يغلفه الهدوء والنظافة فإن الجو ينعكس على لغة الحوار بما يجعلها مختلفة عن لغة حوار اجري مع نفس العالم في مؤتمر علي موسع يشهد اجتماعات مكثفة ومناقشات صاخبة وإذا أجرينا حواراً مع المصطافين على الشاطئ نهاراً فإن مستواه اللغوي يختلف عن المستوى اللغوي لحوار أجريناه تليفونيا مع احد هؤلاء المصطافين عندما يكون ساهراً في الليل في مكتبة بين الأوراق والكتب ...الخ

.وربما تكون هذه الأمثلة والأفكار مفيدة بعض الشيء فيتفهم ضرورة أن تكون المستوى اللغوي متماسكاً مع الحوار بمحدداته المختلفة .

ثامناً: الوسيلة: media

إن الحوار الذي يقدم في الراديو تختلف ظروف التعرض له عن ظروفه التعرض للحديث الصحفي الذي ينشر في الجريدة أو في المجلة وكذلك بالنسبة للحوار الذي يقدم في التليفزيون ففي حالة الراديو لا يمتلك المستمع أن يتعرض للحوار متى شاء عكس ما هو عليه الحال في الصحيفة أو المجلة كما أن مستمع الراديو لا يرى الموقف الحواري كما هو الحال في التليفزيون كما أن علاقة مذيع الحوار بالوسيلة هي علاقة ذو حدين فهو يعمل في وسيلة تمكنه من الوصول إلى جمهور عريض متعلم وأمي، وفقير، ...الخ

ولكنه في نفس الوقت جمهور تنافس عليه وسائل اتصال أخرى، كما أن جمهور في عجلة من أمره تشغله الحياة وأثقالها كل هذا يفضي على ضرورة العناية الشديدة بالبرامج الإذاعية شكلاً ومضموناً وإخراجاً وأداء بحيث تجذب انتباه الجمهور وتثير اهتمامه فيدون وجود الخدمة الإذاعية يصبح القائم بالاتصال في الإذاعة كمن يتحدث إلى نفسه عن البرامج الإذاعية الناجحة هي التي استفادت من خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال وجعلت منها أداة قادرة على الصمود والمنافسة.

تاسعاً: الجمهور: audience

في الموقف الحواري يكون الجمهور المستهدف جزءا لا يتجزأ من هذا الموقف فالحوار يستهدف الجمهور ومن أجله كان الحوار وكافة برامج الإذاعة وممارستها الإعلامية المختلفة والمذيع ينفذ دور الإذاعة حيال الجمهور ويمثل ما ينتظره الجمهور من الإذاعة كمؤسسة في النظام الاجتماعي وأداة المذيع في ذلك هي الرسالة كما أن مذيع الحوار يجب أن يضع نفسه مكان المستمع بمعنى أن يسأل نفسه مجموعة من الأسئلة مثل ما الذي يريد الجمهور معرفته من هذا الحوار؟ وما هو المضمون الأكثر اهمية؟ وما هي الأساليب الأكثر جذباً للجمهور؟ وغيرها الكثير من الأسئلة التي تجذب الجمهور، فإذا وضع المذيع نفسه مكان المستمع العادي وهو بصدد الإجابة على مثل تلك التساؤلات فإنه بذلك ينتج الحوار الجيد،

إن الإرادة الحرة والشخصية المستقلة لمذيع الحوار والقائم بالاتصال عموماً وإحساسه بمسؤولية الإذاعة ومعرفته الكافية بالجمهور، كل ذلك يمكنه من أن يتقمص شخصية الجمهور ويوجه الرسالة الفعالة، وفي الوقت نفسه، يحافظ على مكانته كقائم بالاتصال يحظى بالثقة والاحترام والمصداقية في النظام الاجتماعي بما في ذلك الوسيلة التي يعمل بها.

المناقشات والندوات

توجد قضايا عديدة تكن موضع جدل واختلاف في وجهات النظر بين الأفراد والجماعات، فهناك قضايا سياسية واجتماعية ودينية اقتصادية وثقافية تفرض نفسها خاصة ما يمس منها حياة الأفراد في المجتمع حيث ينشغل الناس بها ويتحدثون عنها في أحاديثهم ومجالسهم وبهذا نجد أن قيام الإذاعة بتنظيم ندوات ومناقشات حول هذه القضايا والمشكلات المطروحة على الساحة أمر له أهمية حيث يساعد ذلك على تصحيح الأفكار والوصول إلى نتائج صحيحة كما تساعد تكوين رأى عام مؤيد أو معارض بعد استعراض وجهات النظر المختلفة.

وتعتبر برامج المناقشات والندوات من أنجح البرامج التي تحظى باهتمام جماهير المستمعين، اذ أن كل فرد يريد معرفة آراء الآخرين خاصة المتخصصين، والقيادات ورأى الشارع أيضاً إنها تنشط الحياة السياسية والثقافية وتشحذ الفكر وتكشف عن الأبعاد الحقيقية للمشاكل المطروحة في الساحة كما تساعد على تعميق مفهوم الديمقراطية وتفتح الطريق أمام الوصول إلى الرأي الصحيح وتضع المواطنين أنفسهم أمام مسؤولياتهم تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين

والندوات الناجحة هي التي تؤدى في النهاية على اتخاذ قرار وقد يؤدى فيها القرار إلى الفعل لهذا نجد إن شعار كل ندوة ناجحة هو استمع٠٠ ناقش٠٠٠اعمل ويكون تخطيط كل ندوة على هذا الأساس الديناميكي يؤدى إلى الفعل والحركة تعرف برامج

الندوات بأنها البرامج التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المتخصصين لبحث موضوع معين وتتناوله من كافة جوانبه سواء اتفقت أراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم في هذا الموضوع يقرون نوعين من هذه البرامج أطلقوا عليها اسم (برامج الندوات، برامج المناقشات)

مفرقين بينهما بان برامج الندوات هي البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين دون أي خلاف أو تعارض في وجهات النظر أي أن كل منهم يتناول بالشرح والتفسير جانباً من جوانب الموضوع يكمله الأخر وهكذا

أما الموضوع الواحد الذي تختلف حوله أراء المشاركين ويحاول كل منهم أن يقنع الأخر بوجهة نظر فهذا يعرف باسم برامج المناقشات.

وقد يبدوا لأول وهلة انه لا توجد ثمة علاقة بين الحيي وهذا النوع من (البرامج الإذاعية) غير أن ذلك بعيداً جداً عن الصواب ، فمثل هذه البرامج يمكن أن تستخفي بعدد من الشخصيات الهامة من المسئولين ذوي العلاقة بالأحداث الهامة الجارية ومن خلال هؤلاء يتعرض البرنامج بشرح أو تفسير عدد من الأخبار فضلا عن إمكانية الحصول على أخبار جديدة لا تذاع في نفس الوقت ويعرفها الجمهور للمرة الأولى وتصبح مادة لوسائل الإعلام الأخرى وخاصة الصحف وعلى هذا النحو تصبح برامج المناقشات والندوات لسبب في مجال شرح وتفسير الأخبار فقط بل في مجال صنع الأخبار فقط بل وفي مجال صنيع لأخبار واستيفائها من مصادرها أيضاً .

وفي كلتا الحالتين تؤدي وظيفتها مستهدفة تحقيق عدد من الأهداف الأساسية هي:

١- شرح وتفسير الأخبار بما يساعد على تكوين رأي عام ووجهات نظر محدودة حيالها.

٢- تقديم المعلومات والحقائق إلى الناس بطريقة مبسطة وقريبة إلى نفوسهم تغلب عليها التلقائية والعفوية.

٣- ازدياد ثقة المتلقي وقناعته نظراً لإحساسه بالمشاركة أو إحساسه بأن يحصل على الأخبار من مصادرها مباشرة (دون وجود وسطاء في نقل الخبر) خاصة إذا كانت هناك تصريحات للمسئولين وردت على لسانهم أثناء المناقشة.

تعرف برامج المناقشات إلى تبادل الآراء والمعلومات للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول أسئلة هامة أو مشكلة معينة ويجدر بنا عدم الخلط بين برامج المقابلات وبرامج المناقشات فالهدف من برامج المقابلات هو الحصول على المعلومات واستنباط الآراء.

٤- بينما الهدف من برامج المناقشات تبادل الآراء والمعلومات كتابة برامج المناقشات تسير على خيط رفيع بين الإعداد الكامل للنص والإعداد الجزئي الذي يتضمن الخطوط الرئيسية فالكاتب لا يمكنه أن يكتب النص التفصيلي للبرنامج لأنه لا يعرف على وجه الدقة طبيعة الاتجاهات والآراء التي ستثار من جانب المشتركين حول الموضوع أو القضية.

٥- برامج المناقشات تتيح المناخ الملائم لتبادل الأفكار التي تشكل اهمية خاصة لدى أفاد الجمهور المستهدف والمناقشة يمكن أن تكون جادة أو خفيفة ولكن الهدف منها أن تدفع المستمع إلى التفكير وأبسط أنواع المناقشات هي امتداد لبرامج الحوار حيث يلعب المحاور دوراً أكثر إيجابية فهو يعرض الأفكار التي تحفز المتنافسين على التمعن في الموضوع بشرط أن يقوم بذلك مذيع محنك في العمل الإذاعي.

داخل أو خارج الأستوديو:

من الممكن تنظيم الندوة أو المناقشة داخل الأستوديو ويمكن تنظيمها خارج الأستوديو، في مراكز بيوت الشباب أو في قصور وبيوت الثقافة في الجمعية الزراعية التعاونية في إحدى قاعات المصانع الكبرى، أو النادي الرياضي أو أحد فصول المدرسة وذلك يتيح الفرصة للاشتراك المهتمين بموضوع الندوة والقضايا المطروحة وجمهور من العمال والحرفيين أو جمهور من الطلبة أو أولياء الأمور أو جمهور ربات البيوت أو جمهور من الزارعين أو جمهور من الشباب والرياضيين.

تنفيذ برامج المناقشات:

تعتمد برامج المناقشات الجيدة على شخصية قائد المناقشة الذي يعتبر قائد العرض أو المضيف، ومن واجبه أن يدير المناقشة أو يتدخل في الوقت المناسب ليحول دون احتكار أحد الأطراف الاستحواذ على وقت البرنامج أو عند الخروج عن الموضوع

الأساسي وهو يقوم بدور الحكم الذي يحافظ على استمرارية البرنامج وتدعيم الموضوع بالحجج والآراء الموضوعية والمتوازنة.

يقوم قائد المناقشة بتنظيم الموضوعات المطروحة للنقاش بعناية كبيرة وتتخذ شكل أسئلة يوجهها للمشاركين وهو الذي يتحكم في سرعة واستمرارية البرنامج وكتابة الخطوط الأساسية تساعده على المحافظة على تدفق المعلومات والانتقال من عنصر إلى آخر مع مراقبة الوقت المناسب لكل مشترك.

ومن ناحية أخي يقوم المخرج باختيار مكان المناقشة وتحديد عدد الميكروفونات المستخدمة ونوعيتها وأوضاعها حيال المشتركين وضبط توازن الصوت والاتفاق مع قائد المناقشة على طبيعة الإشارات والتعليمات المستخدمة.

وتنتهي معظم المناقشات بملخص من جانب قائد المناقشة يحتوي أهم الأفكار التي أثيرت بتوازن وموضوعية

التخطيط لبرامج المناقشات:

يعتمد التخطيط لبرامج المناقشات على ثلاثة أسس هامة هي:

١- اختيار الموضوع الذي تدور حوله المناقشة.

٢- اختيار الأشخاص المؤهلين لمناقشة الموضوع.

٣- اختيار مدير الندوة أو المناقشة.

وسوف تتعرض لكل من هذه الأسس الثلاثة بشكل من التوضيح.

١- اختيار الموضوع:

أهم ما ينبغي العناية به عند اختيار موضوع الندوة هو إدراك مدى أهمية الموضوع لجمهور المستمعين أو المشاهدين ومدى اهتمامهم به وكلما اتسعت قاعدة الاهتمام هذه وازداد عدد المشاهدين أو المستمعين كلما كان نجاح البرنامج ممكنا وبالطبع فإن معيار الاهتمام والأهمية هذا لا يقع تحت حصر، لا يمكننا نظرياً أن نحدد مسبقاً ما يهم الجمهور وما يهمه لأن ذلك يختلف بطبيعة الحال من مجتمع إلى مجتمع ومن فترة زمنية لأخرى ومن ظرف إلى ظرف آخر وان الأخبار التي يتحتم أن تكون موضوعات للمناقشات هي الأخبار التي تحتاج على شرح وتفسير وتتعلق بأحداث وقضايا مصيرية .

٢- اختيار المشتركين في الندوة:

الندوة تحتاج لعدد من الأشخاص لا يقل عن شخصين ولا ينبغي أن يزيد بأي حال من الأحوال عن أربعة بالإضافة إلى مدير الندوة أو مدير البرنامج وتحديداً العدد على هذا النحو يحترمه يعتبر هام في حقيقة الأمر وهو إتاحة الفرصة للمشاركين أن يعبروا عن أراءهم ووجهات نظرهم وإتاحة الفرصة للجمهور في أن يتابع الأراء المتباينة ويوازن بينها بدلا من إرباكه وتشويش أفكاره بعدد كبير من الأشخاص والآراء المختلفة أما هؤلاء المشاركون وكيفية اختيارهم فقد اختلف الرأي

حول هذه النقطة بين فريقين يحبذ كل منهما وجهة نظر معينة، يملك مبررات الدفاع عنها، فهناك وجهة نظر معينة، يملك مبررات الدفاع عنها فهناك من يرى ضرورة اختيار المشاركين في الندوة من بين المتخصصين في الموضوع أو القضية

المثارة للجدل والمناقشة وذلك لأن الأخيرة هؤلاء وما لديهم من علم ومعلومات حول الموضوع المطروح للمناقشة تؤهلهم للحديث فيه وتوصيل الحقائق إلى الناس وهذا هو الهدف الأساسي للبرنامج والمطلب الأساسي للجمهور.

أما أصحاب الرأي الآخر، فإنهم يقدمون اعتبار الشهرة على اعتبار الخبرة وعلى هذا الأساس يأتي تحبيذهم لاختيار أعضاء الندوة من بين أصحاب الأسماء الشهيرة وإن كانت درايتهم بالموضوع أقل من المتخصصين.

٣-اختيار مدير الندوة:

وهو الشخص الذي يتولى تقييم الموضوع وطرحه للمناقشة وتقديم المشاركين في الندوة وتنظيم مناقشاتهم بشكل يؤدي إلى استيفاء الموضوع وتغطية جوانبه، هو المسئول كذلك عن أعطاء المشاركين فرصاً متساوية لإبداء وجهات نظرهم ويتولى إيضاح وتفسير ما قد يأتي على لسان المشاركين من عبارات ومصطلحات لا يفهمها إلا المتخصصون فقط.

كما أن عليه أن ينوب عن الجمهور المتلقي في توجيه الأسئلة التي قد تطرأ على تفكيرهم أو تنبثق من أحاديث المشاركين في الندوة.

كما ثار الخلاف حول اختيار مدير الندوة كما ثار الخلاف من قبل حول اختيار المشاركين فيها وهنا يرى البعض أن يكون مدير الندوة واحد من المتخصصين المشاركين فيها وذلك لكي يكون ملما بالموضوع قادراً متابعة وإدارة المناقشة حوله.

والأهم من ذلك إقناع المتخصصين المشاركين فيها خاصة إذا كانوا من كبار العلماء مثلها.

أما أصحاب الرأس الآخر، فهم من الإذاعيين فإنهم يرفضون هذا الرأي إلا في الحالات المتخصصة جداً ويرون بأن المتخصصين او الخبراء لن يكون حاديا في موقفه عند إدارته للندوة، بل أن تخصصه سيحتم عليه أن ينحاز لوجهة نظر على حساب الآخر.

٤-قائد المناقشة:

لابد أن يتوافر في قائد المناقشة:

١- القدرة على تنظيم إدارة النقاش.

٢- يتيح المجال أمام صراع الأفكار وليس صراع الأشخاص

٣- يستعين بخلفياته حول الموضوع.

٤- يشير الأفكار التي تفيد المستمع وترضي احتياجاته وتطلعاته.

٥-وبعد اختيار الموضوع وأعضاء النقاش يحدد منتج البرنامج وقائد المناقشة الخطوط الأساسية للبرنامج ويمكن القيام بزيارة خاصة لكل المشاركين وعرض أفكار البرنامج عليهم وتحديد مواضع الإتقان والاختلاف في أراءهم، وتظهر براعة منتج البرنامج وقائد المناقشة إذا اقترن موضوع المناقشة بالأحداث الجارية والقدرات الجديدة.

فجميع برامج المناقشات تستلزم من المعد القيام بأبحاث دقيقة للتأكيد من صلاحية الموضوع وأهميته للجماهير واحتوائه على عنصري التشويق والتباين في الأداء

يقوم قائد المدرسة المناقشة أو المعد بتوزيع خطة البرنامج على المشاركين قبل تنفيذ البرنامج بوقت كاف وذلك حتى يمكنهم إعداد ما سوف يساهمون به من أراء ومعلومات تثري المناقشة وحتى يكون لديهم الوقت الكاف لعمل أبحاث وإعداد معلومات متخصصة تدعم وجهة النظر التي يتبناها كل منهم ويجب أن يشير الكاتب على طبيعة الموضوعات المطروحة للمناقشة، ومكان التسجيل داخل الأستوديو أو في مكان عام والوقت المخصص لكل موضوع فرعي.

ويجب أن يتخذ كل من المنتج وقائد المناقشة القرار مقدماً حول مدى الالتزام بالتنوع والإثارة عند عرض الموضوع من خلال الترويج للأراء المتعارضة أم للآراء المتوافقة والتي تتيح حرية المشتركين في عرض وجهات نظرهم الخاصة

قواعد جيدة للحوار والمناقشة:

أهم النقاط الأساسية في أدب الحوار والمناقشة:

اولا: عدم إلجاء المناقش والمحاور إلى الاعتراف الفوري بخطئه.

ثانيا: عليك أن تعطيه الفرصة للتراجع عن الرأي الخاطئ.

ثالثا: عليك أن تؤسس نقاشك على ما تتفقان عليه. ووفاقه على بعض آرائه – جدلا–إن جاز لك ذلك.

رابعا: عليك أن تختار ألفاظك التي توجهها إليه وكن مهذّب ومنضبط في ذلك

خامسا: أعطه فرصة للتفكير –إن كان غير مكابر –لأن جوًّا الجدل مشحونٌ بالتوتر ويصعب على كل منَّا أن يُخذَل أمام المجموع.

سادسا: عليك بالهدوءِ المفتَعَل. وضبط الأعصاب أثناء الحِوار –ولو استثارك الآخر –عمد–لاختبار أعصابك. ولا تتعالى على من تناقشه ولو كان الحق معك وكانت الحجة بجانبك فالتواضع له دوره في شدِّ وجذب الجمهور من الحاضرين إليك وأخذهم بآرائك.

سابعا: تجنب الأحكام الجاهزة التي لا تقدر على التصرف بألفاظها ومعانيها وقت إجراء الحوار فأنت لست بحاكم جائر ولا قاضٍ تفرض أحكامك بالقوة والعنف–وقصص الأنبياء مليئة بالحوار الهادئ والجدل المثمر البنَّاء.

ثامنا: يمكنك أن تستبدل بالأمر الاقتراح كقولك –مثلا–: إذا لم تقتنع بكلامي فارجع إلى مصدر كذا وكذا. أو شاور من يعجبك رأيهم وتثق بعلمهم وخِبرتهم–ولا تتعصَّب إلا للحق–.

تاسعا : الاستماع والإنصات للآخرين حتى يُكْملوا الإفصاح عن فكرتهم ثم الكَرُّ عليها بالنقد والتفنيد–وإن كان الآخَر مكابرا أو صاحب هوى–إذْ لا بدَّ من إجراء حوار مع كل ذي فكرة تحاول مجادلته وردَّه إلى الصواب حتى يزول الغبش وتتجلي الفكرة وتتضح الحجة ويبدو الموقف جليا واستمسك دائما بقول الله تعالى في محكم كتابه (قل: هاتوا برهانكم إن كنتم صادقين))البقرة ١١١: ((قل: هل عندكم من علم

فتخرجوه لنا؟ إن تتبعون إلا الظن وإن أنتم إلا تخرصون))الآية١٤٨ من سورة الأنعام سواء كان هذا الدليل عقليا أم كان نقلي وسمعي.

عاشرا واخيرا: إياك ثم إياك أن تجادل للغلَب والانتصار والفوز والظفر فإن ذلك محبط للعمل مدمر للأجر والثواب جالب للمقت وليكنْ علمك والدعوة إليه والجهاد في سبيل توضيحه لله ومن أجل الله ثم لإظهار الحق وردِّ الباطل ودمغه فإذا هو زاهق والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

البرامج الحوارية في الراديو والتليفزيون تلعب دورا كبيرا هاما في كل مجالات المعرفة لكل فئات المجتمع من أطفال وشباب وشيوخ وامرأة وذلك لما تتمتع به هذه البرامج من قدرة كبيرة على جذب انتباه الجماهير وخاصة في البرامج الحوارية الساخنة وهى في عادة الناس أنهم يحبون برامج الجدال في غالب الأحيان البرامج التي تناقش قضاياهم في صيغة حوارية يناقش فيها المذيع والمقدم الشخصية المهمة فيكون هناك من الشد والجذب ما يأخذ بعقول المشاهدين والمستمعين ويجذب انتباههم إلا أن هذه البرامج تحتاج إلى تقويم من الأخصائيين المهتمين بهذه البرامج لأنها مازالت قاصرة عن تقديم المطلوب ولازالت الشخصية المصرية لا تتمتع بآداب بالحوار حتى في الجهة التشريعية

ولكي تقوم المناقشة على أساس صحيح فهناك **مجموعة من القواعد العامة والاعتبارات التي يجب على من يدير الندوة أن يضعها في اعتباره وان يتبعها قبل وأثناء التنفيذ**

١- لابد أن يكون موضوع المناقشة مثيراً لاهتمام المستمعين بحيث يشعرون انه يمس حاضرهم ومستقبلهم

٢- لابد أن يكون المشتركين في الندوة ممن يمسهم هذا الموضوع أو أنهم يمثلوا طرفا في هذا الموضوع فتمثيل أصحاب العلاقة هام جدا فإذا كان الموضوع خاص بالمرأة فوجود العنصر النسائي هام جداً

٣- لابد من اشتراك وجهات النظر المؤيدة والمعارضة للموضوع بالإضافة إلى مدير الندوة

٤- لابد لمدير الندوة أن يلتزم الحيادية ولا يتدخل في المناقشة إلا إذا اشتد الخلاف ويكون تدخله بهدف التهدئة والعودة بالندوة الي الموضوع الأساسي حيث إن مدير الندوة هو اقل الناس كلاماُ

٥- تعارف المشتركين في الندوة على بعضهم البعض قبل إجراء الندوة أمر هام جدا وذلك لإتاحة الفرصة لإيجاد الألفة بينهم أثناء الحوار.

٦- تحديد الوقت هام جداً بحيث يتم خلال المساحة الزمنية المقررة لعرض وجهات النظر المختلفة واستيعاب كافة نقاط المناقشة

٧- قيام مدير الندوة بشرح الموضوع وإلقاء الضوء على جوانبه المختلفة

٨- ان يقوم مدير الندوة تعريف المستمعين بأسمائهم ووظائفهم

٩- مدير الندوة هو الذي يضع خطة النقاش ويعطى الأمر بالكلام للمشتركين بحيث لا يستطرد أحد المشتركين في الندوة في الكلام فتحرج الندوة عن إطارها ويتحول اشتراكه إلى مجرد حديث مباشر دون إتاحة فرصة للحوار

فمدير الندوة هو الذي ينقل كل مشترك في الندوة من نقطة إلى أخرى طبقاً للخطة التي وضعها هو

١٠-يجب تجنب فترات الصمت حتى لا يهبط مستوى الحوار

١١-قد يتفق المشتركين في الندوة في بعض النقاط وقد يختلفون في النقاط الأخرى فلا يحكم مدير الندوة ويقول هذا مؤيد وهذا معارض حيث إن الاتفاق هنا والاختلاف ليس على إطلاقة

١٢-من المهم تعريف المشتركين بأسمائهم وتذكير المستمعين بصفة مستمرة بوظائفهم بين الحين والأخر حتى يعرف المستمعين من هو المتحدث

١٣-ينبغي الاتفاق على لغة الإشارة التي تستخدم بين مدير الندوة وبين المشتركين في الندوة للتعبير عن مرور الوقت أو إن المتحدث أطال الحديث أو انه ينبغي الانتقال إلى نقطة أخرى

١٤-السماح للجمهور بالاشتراك في الندوة أمر يحتاج إلى كثيراً من الحزم والنظام حتى لا تتحول المناقشة إلى مهاترات وفوضي

١٥-لا يجوز قيام مدير الندوة بالسخرية من أحد المشتركين في الندوة أو أحد جماهير الندوة بالإشارة إلى جنسه أو لونه أو درجة تعليمه أو أية عيوب جسمية أو تحقير رأى أي واحد منهم

١٦-أن يقوم مدير الندوة بطمأنة المشتركين وجمهور الندوة وتأكيد الثقة في نفوسهم وتشجيعهم على المشاركة في المناقشات

١٧-من الممكن أن نطلب من الجمهور أن يشترك لإصدار حكم عام أو تحديد نتيجة النقاش كما يسمح لهم بالاستفسارات وطلب الإيضاح

١٨-أن يقوم مدير الندوة في نهاية المناقشة بتلخيص أهم الجوانب فيها للوصول إلى نتائج نهائية تم الخروج بها من الندوة

١٩-بعد التلخيص الأخير والوصول إلى نتائج لا ينبغي فتح باب الحوار والمناقشة مرة أخرى

أنواع الندوات

١-ندوة المناقشة الجماعية

وهي الندوة التي يكن جمهورها هم فقط الذين يشتركون في الحوار والنقاش بينما يقوم مدير الندوة بإدارتها دون حضور ضيوف آخرين

فهي تعتمد على الجمهور في الأول وفى الأخر فيتم الحوار والنقاش بين الجمهور بعضهم البعض ويكن على مدير الندوة أن يطرح الأسئلة وينظم عملية النقاش فمثل هذه الندوات تكون أشبه باستفتاء رأى الجمهور في موضوع معين يتضح هذا الموضوع من خلال رأى الجمهور ويمكن أن تتناول الندوة أكثر من موضوع من خلال طرح عدة أسئلة ويدلى كل من يريد أن يدلى برأيه في الحوار وفي هذه الحالة سيتضح الموافقون والمعارضون ويظهر الدور الكبير لمدير الندوة في تنظيم عملية النقاش وفي طريقة إدارة الندوة وفي نهاية الندوة يقوم المدير باستعراض وجهات النظر المختلفة والخروج

بنتيجة بناءاً على ما دار في الحوار ويتطلب المر في هذه الندوة مزيداً من اللباقة وسرعة الخاطر والحزم من حلال تنظيم المناقشة

٢–ندوة الفريق الثابت

وتعتمد هذه الندوة على وجود فريق ثابت لمناقشة القضايا المطروحة

ويتكون هذا الفريق عادة من أهل الرأي والفكر من الأعلام أو من القادة المحليين أو من الشخصيات العامة أو الشعبية، والموضوعات التي يناقشها هذا الفريق الثابت ينبغي أن تكون موضوعات وقضايا عامة لا تحتاج إلى أناس أكثر تخصصا٠

٣–ندوة الحوار الهادي

ندوات الحوار الهادي هي تلك الندوة التي يجري فيها النقاش حول موضوعات لا خلاف عليها فلا يوجد هنا اختلاف في وجهات النظر مثل ندوة تقام ويكون موضوعها قدوم شهر رمضان المبارك فليس هناك جل أو خلاف على عملية الصوم ولكننا سناتي بطبيب يتحدث عن الصوم من الناحية الطبية وأحد علماء الدين يتحدث عن أسباب فرض الصيام وعالم آخر يتحدث عن أحكام الصيام والإفطار فالندوة هنا يتم تنظيمها لمجرد الشرح والإيضاح وهنا ينبغي على مدير الندوة أن ينبه المشتركين إلى طبيعة الندوة حتى لا يتحول الاختلاف في بعض النقاط البسيطة إلى حوار ساخن

٤–ندوة الحوار الساخن

وعلى العكس من ندوة الحوار الهادي هناك ندوة الحوار الساخن حيث تختلف وجهات النظر في هذه الندوة اختلاف جوهرياً ويكون موضوع هذه الندوة من الموضوعان الهامة التي تثير الجدل بين الجماهير المختلفة وبذلك نجد أن وجهات النظر تختلف اختلافا جوهرياً فهناك من يؤيد وهناك من يعارض ونجد أن لكل منهم الحجج ولأسانيد التي يعتمد عليها وهنا يشتد الحوار سخونة وحرارة، ويجب على مدير الندوة هنا أن يتدخل بالتهدئة بين الأطراف المختلفة حتى يعود بالنقاش إلى مساره السليم

٥-ندوة الأفكار المستحدثة

إن ندوة الأفكار المستحدثة من أهم الأشكال البرامجية التي تتناول موضوعات التنمية وتساعد على تقديم موضوعات تخدم خطوط التنمية بكافة أشكالها.

إن استخدام المناقشات والندوات يمكن أن يكون له دوره التربوي التعليمي وبصفة خاصة عند مناقشة أفكار مستحدثة في مجالات الزراعة التعليم الصحة الثقافة أو الحياة الاجتماعية بصفة عامة.

إنه يمكن عن طريق المناقشات والندوات توجيه الأفكار وتحويلها إلى فعل إيجابي والمعلومات التي يحصل عليها المشتركون في الندوة أو الحضور تتيح لهم فرصة مناقشة القضايا المطروحة والمعلومات والأفكار التي تنبثق عنها وهذا بدوره يؤدى إلى تثبيت تلك المعلومات والأفكار من أجل خدمة خطط التنمية.

كما يمكن في نفس الوقت مخاطبة المستمعين إلى الراديو فيطلب منهم الأدلاء بآرائهم، وتلك وسيلة أخرى من وسائل تثبيت الأفكار والآراء والمعلومات المنبثقة عن تحقيق

دور إيجابي أفضل للمستمع بالإضافة إلى معرفة مدى الاستجابة لديهم عن طريق ردود أفعالهم.

٦-–ندوة الضيف الواحد

وهي الندوة التي يشترك فيها ضيف واحد فإذا كانت ندوة المناقشات الجماعية تعتمد على أفراد جمهور الندوة أنفسهم دون وجود ضيوف للندوة فهذا النوع يعتمد على وجود ضيف يتم توجيه الأسئلة إليه بعد أن يقوم هو نفسه أولاً بتعريف الموضوع وعرض وجهة نظره في القضية المطروحة للمناقشة ثم يتولى الرد على الأسئلة

الريبورتاج الإذاعي

تطلق كلمة ريبورتاج في الصحافة المطبوعة وفي محطات الراديو والتليفزيون على نوع معين من المواد الصحفية والبرامج الإذاعية له سماته وأغراضه الخاصة وقد تم استخدام كلمة ريبورتاج في الصحافة ومحطات الإذاعة العربية وإن كان البعض قد ترجمها الي كلمة تحقيق صحفي، أما أصل الكلمة فهو فرنسي وتعنى نقل الشيء من مكان الي مكان وعلى هذا أصبحت هذه الكلمة تعنى نقل الأحداث والوقائع وما الى ذلك أو صياغة تقرير عن الواقعة أو الحدث ونقله من موقعه الى المستمع

وقد استعار الراديو مفهوم الريبورياج من الصحافة المقروءة وأصبح يعنى نقل الصورة الصوتية بكل ظلالها من مكان الحدث الى المستمع.

وهناك العديد من التعريفات للريبورتاج الإذاعي ومنها

أنه البرنامج الذي ينقل الحقائق المسجلة او الحية من واقع الحياة ومن الطبيعة سواء كان ذلك من خلال المادة المسموعة أو المرئية.

كما أنه أحد الأشكال الخاصة بسرد الوقائع المختلفة للإعلام عن شيء أو للتقرير عن مجريات الأمور كما انه وثيقة صوتية للأحداث تشبع فضول المستمع أو المشاهد وتلبى رغبته في الاطلاع، حيث يقتنع بصحة وصدق الحوادث التي يسمعها أو يشاهدها إن ذلك التنوع والتعدد في تعريف الريبورتاج إنما يشير في نفس الوقت إلى

تنوع وتعدد أنواع الريبورتاج وأشكاله، ومجالات استخدامه وهو تعدد يخضع لوجهات نظر ومدارس إذاعية مختلفة.

وبهذا نجد ان الريبورتاج الإذاعي ينقسم إلى عدد من الأنواع:

١-الريبورتاج الإذاعي الحي

ويعد أقدم أنواع التحقيقات واكثرها تشويقا للمستمع، ويتسم بصدق التعبير حيث يقود المستمع الى زيارات ممتعة ويرتاد آفاق مجهولة ويقدم صورة صوتية صادقة من مواقع الأحداث ويمتاز بالتلقائية.

غير أن عيوب هذا النوع هو عدم التحكم الكامل في وقت البرنامج وعدم إمكانية تلافى الأخطاء التي قد تحدث اثناء النقل على الهواء مثل نقل المباريات الرياضية، واستقبال رؤساء الدول والوفود الرسمية والشعبية، والحفلات الخارجية وشعائر الصلاة وعلى الرغم من هذه العيوب الا أنه يتميز بقدرته على التأثير في الجمهور حيث يشعر الجمهور بأنه أصبح شاهد عيان على الاحداث التي ينقلها الريبورتاج حيث يفكر دائما أنها تقع في نفس اللحظة التي يراها أو يسمعها فيها.

٢-الريبورتاج المسجل:

يتم تقديم هذا النوع بعد إجراء عمليات المونتاج والتحكم في العناصر المختلفة وإدخال عناصر صوتية مثل الموسيقى والمؤثرات الصوتية ويعتمد على جمع وتسجيل المعلومات من مواقع الأحداث واختيار أفضل التسجيلات لتقديها إلى المستمع

بأسلوب جذاب ومثير، ويلاحظ ان المذيع يفقد ذلك الانفعال النفسي الذي يكون بمثابة رد فعل لما يشاهده وهو في مكان الحدث.

المجلة الإذاعية

كلمة " مجلة " مشتقه من مادة جلا او جلاء أي ظهر ومنها جلية الامر أي ما ظهر حقيقة أي الخبر اليقين والمجلة هنا هي استجلاء الحقيقة ولكن نفهم من المجلة الإذاعية Radial Magazine فهما صحيحا من حيث الماهية والشخصية نبدأ اولا بتحديد المقصود بها وظروف استخدامها كقالب اذاعي رفيع المستوى ولما كانت المجلة الاذاعية قد استمدت ملامحها الرئيسية من المجلة المطبوعة فإنه من الضروري معرفة معنى كلمة مجلة بالمفهوم الصحفي فقد استخدمت هذه الكلمة لأول مرة عام ١٧٣١ لتصف الجريدة ذات المضمون المتنوع وكلمة Magazine اصلها الكلمة الفرنسية Magazine المأخوذة من الكلمة العربية (مخزن) وبالرجوع الى مختار الصحاح ، نجد أن كلمة " المخزن " تعنى ما يخزن فيه الشيء وبالتالي فان المجلة تمثل مجالا تجمع فيه المواد المتنوعة من مقالات وقصص وأخبار، ومناقشات وتحقيقات وأحاديث صحفية ... الخ . في إطار هذا المعنى العام، قدمت تعريفات كثيرة للجملة بالمفهوم الصحفي.

– المجلة هي دورية Periodical والدورية، هي كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة (منتظمة أو غير منتظمة) ولها عنوان واحد ينتظم جميع أعدادها، ويشترك في تحريرها العديد من الكتاب، ويقصد فيها أن تصدر الى مالا نهاية بمعنى أنه لا يوضع حد معين لتوقف هذه الدورية.

– المجلة هي مطبوع مغلف يصدر بشكل دوري – طويل أو قصير – ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة.

- المجلة هي اعادة النظر Review فيما طبع من أخبار وحوادث ومواد سبق نشرها في الجرائد اليومية، ولكن طبيعة هذه الجرائد لم تساعدها على استيفاء هذه المواد كما ينبغي، فتأتى المجلة لتعيد النظر في جميع هذه المواد على اختلافها وتبدى للقارئ وجهة نظر جديدة.

- المجلة هي نشرة ذات غلاف تصدر دورية وتحتوي على نوعيات متعددة من المواد

- المجلة هي احدى الوسائل الهامة للاتصال بالجماهير تصدر في دورية معينة تأخذ من الكتاب عمقه، ومن الصحيفة تنوع مادتها ومجاراة هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها.

من كل هذه التعريفات التي قدمت للمجلة بالمعنى " الصحفي المطبوع " يمكن الاستفادة بعناصرها في تحديد شخصية المجلة بالمعنى المسموع، أي المجلة الاذاعية.

فالمجلة الاذاعية قالب أو شكل إذاعي يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون تربطها وحدة عضوية وتقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة وهذه الخصائص تتحقق من خلال مسالك متعددة:

- فالحلقة البرامجية يطلق عليها لفظ (العدد)، وليس الحلقة.
- والحلقة البرامجية من المجلة تتخذ اسما صحفيا، كأن يقال مجلة المرأة، أو مجلة الشباب، أو مجلة الطفل، أو مجلة العمال. الخ ويتم اختيار اسم المجلة الاذاعية

بعناية شديدة بحيث يدل على شخصيتها الاعتبارية وفلسفتها الاعلامية من حيث المضمون والجمهور والهدف.

- وفقرات المجلة الاذاعية تسمى بمسميات صحفية، فالفقرة الأولى تسمى افتتاحية العدد، والانتقال من فقرة الى أخرى يطلق عليه الانتقال من صفحة الى صفحة (كأن يقال ومن صفحة الأدب الى صفحة الرياضة)، وفى حالة وجود فقرة حول شخصية معينة فأنها تقدم على انها شخصية العدد، وقد يستعين منتج المجلة بفكرة هامة، ويقدمها على أنها صفحة الغلاف.
- يمثل هذه الأساليب والمسميات وغيرها تصبح الحلقة البرامجية المسموعة ذات صفات صحفية مطبوعة، ليس من حيث الوعاء الذى تقدم فيه المادة، ولكن من حيث أسلوب التقديم، والمجلة الاذاعية تجمع في خصائصها بين المواد والبرامج الجادة والطريقة ، وتذاع بصفة ثابتة ومنتظمة ، سواء من حيث دورية الصدور، أو موعد التقديم، أو مدة الحلقة التي تتراوح عادة ما بين (١٥) و (٣٠) دقيقة، وتكون مدة المجلة ثابتة في كل الحلقات، واذا كانت هذه المدة تحدد على خريطة البرامج وفق أهداف وفلسفة الخدمة الاذاعية، فأنها تتأثر أيضا بالجمهور المستهدف، فمن المألوف في أساليب الممارسة الاذاعية أن المجلة التي تستهدف جمهورا عاما تكون مدتها أطول عن تلك المجلة التي تستهدف جمهورا فئويا

وقد ظهرت المجلة – كشكل إذاعي – في سياق محاولات الراديو وتطوير أساليبه في الممارسة أمام منافسة التليفزيون الذى بدأ ينتشر بصورة مذهلة، ويستحوذ على اهتمام الجماهير منذ بداية الخمسينات، ففي تلك الحقبة كانت الجماهير في الولايات المتحدة تنظر الى الراديو باعتباره وسيلة ميتة وبدأ العاملون في محطات الراديو

ينتقلون للعمل في الوسيلة الجديدة (التليفزيون) ، بل ان ما لكى محطات الراديو أخذوا يبيعونها ليستثمروها أموالهم في التليفزيون، وما أن جاء منتصف الخمسينيات حتى أصبح جمهور الراديو محدودا بصورة واضحة، في تلك الأثناء بدأ الراديو في استحداث أنماط برامجية جديدة .

ففي موسم ١٩٥٥-١٩٥٦ أخذت شبكة NBC في انتاج برامج قصيرة متنوعة وتعرضها على محطات الراديو وكانت هذه البرامج تأخذ عنوان Monitorوالتي كان البعض يطلق عليها **برامج المجلات Magazine programmers**

لأنها تتكون من خليط يضم المقابلات والموسيقى والأخبار، كان انتاج هذه البرامج غير مكلف وطورت وضع الراديو الى الأفضل أكثر من أي برامج أخرى، **وزاد** من أهمية استمرار الراديو في هذا الاتجاه، ما لجأ اليه التليفزيون التجاري – بالولايات المتحدة – لتطوير ممارساته من أجل جذب لمطالب متنوعة تتصل بالأداء، وحرص على أن يكون لديه القدرة على تلبية الكثير منها.

لكن المشكلة ظلت قائمة بشأن مطلبين كانا محل جدل، المطلب الأول يتمثل في وجود البرامج الجادة ذات النوعية الجيدة، وقد خلصت المناقشة حول هذا المطلب الى ضرورة تنوع المواد والبرامج التلفزيونية. أما المطلب الثاني، فقد كان محوره، ذلك العدد المتزايد من قنوات التليفزيون، وتشابهها في العديد من المواد والبرامج التي تقدمها، وهنا كان على المحطات المتنافسة أن تسعى كل منها جاهدة الى أن تكون متميزة في موادها وبرامجها

ومن ذلك يتضح أن التليفزيون الذي استحوذ على اهتمام جماهيري كاسح منذ بدايته كوسيلة اتصال جماهيرية في الولايات المتحدة، اخذ يطور ممارساته للاحتفاظ بالنجاح وتحقيق المزيد من خلال أساليب جديدة اهمها التنوع في المواد والبرامج، وحرص كل محطة على أن تكون متميزة عن الأخرى، وامام هذه المنافسة طور الراديو اساليب ممارسة جديدة من اهمها استخدام قالب " المجلة " في تقديم البرامج، وقد كانت البرامج المسماة Monitorالتي قدمتها شبكة NBC أنجح النماذج لبرامج المجلات

ولم يكن الحال في بريطانيا – أقل منافسة منه بالولايات المتحدة، فقد استؤنف الارسال التليفزيوني عام ١٩٤٦، وكانت لهيئة الاذاعة البريطانية شعبية واسعة في الداخل والخارج آنذاك بسبب الدور الذي قامت بهُ أثناء الحرب، ولكن احتكار الهيئة لموجات الراديو انتهى منذ حوالي منتصف الخمسينات، وأصبحت المنافسة لموجات الراديو انتهى منذ حوالي منتصف الخمسينات، وأصبحت المنافسة شديدة بين الراديو والتليفزيون

فقد ظهرت هيئة التليفزيون المستقل سنة ١٩٥٤، واصبحت المنافسة شديدة بين المحطات، وسعى كل منها الى ابتكار أساليب ممارسة جديدة. في مثل هذه الظروف ظهرت المجلة الاذاعية، وتطورت في فترة قصيرة لتظهر شخصيتها المسموعة مدموغة بسمات المجلة المطبوعة لتكون عامل جذب للمستمع بالإنتاج الجيد، والتشكيلة المتنوعة الشيقة من الفقرات القصيرة، ويقوم بها اذاعيون لديهم القدرة على البحث والتنظيم انطلاقا من خطة وأهداف واضحة.

مراحل إنتاج المجلة الإذاعية:

على الرغم من أن هناك خطوات واضحة لإنتاج المجلة الاذاعية حتى تصبح الحلقة جاهزة للتقديم على الهواء، الا أن الواقع العملي يبين أن هذه الخطوات غير منفصلة عن بعضها العض، انما هو من قبيل التوضيح والتبسيط حتى يمكن فهم هذا الفن (المجلة)، بحيث تأتى على المستوى المطلوب، في هذا الإطار يمكن بلورة مراحل انتاج المجلة الاذاعية في ثلاث مراحل، الأولى: تحديد الموضوعات والأفكار، الثانية: جمع المعلومات، الثالثة: الاعداد الإذاعي بما تشمله هذه الخطوة من اجراءات ومعايير سنتناولها في حينها.

أولا: تحديد الموضوعات والأفكار:

لما كانت المجلة الاذاعية – كغيرها من البرامج –تصدر بصفته دورية منتظمة فإنها في حاجة دائمة الى الموضوعات والافكار الجديدة وتستمد المجلة الاذاعية موضوعاتها من مصادر شتي مثل الكتب والمجلات والصحف والشرائط المسجلة والاشخاص وغير ذلك من المصادر حيث تتم معالجتها واعادة النظر فيها بحيث تصنع منها خليطا جديدا له المواصفات الاذاعية المتعارف عليها

ولكي يكون معد المجلة قادرا على الانتظام والاستمرارية فيبث البرنامج فان عليه ان يدون بصفة مستمرة ما يعن له من افكار وما يلتقطه من ملاحظات عن اوجه النشاط الاجتماعي بالإضافة الى احتفاظه بتقويم Colander مفصل عن الاحداث والمناسبات مع متابعة الاحداث الجارية

والتزود بالثقافة بفروعها المختلفة من خلال متابعة المواد المطبوعة بالإضافة الى اقامة وتدعيم علاقات وثيقة بالمجتمع على المستويين الفردي والاجتماعي هذه العوامل تساعد معد المجلة على ان يحدد بكفاءة وسهولة الموضوعات والافكار الخاصة بكل حلقه من البرنامج ومن خلال متابعة الاحداث المجتمعة الجارية ، يمكن المعد ان يجعل المجلة متجاوبة مع الظروف المعاش سواء العادية او الطارئة وعلى الرغم من ان المجلة الاذاعية لا يمكنها، ولا ينتظر منها ، ان تتجاوب مع الاحداث الجارية بنفس الدرجة التي تتجاوب بها نشرة الاخبار او الجريدة الاخبارية مع هذه الاحداث

الا ان هذا لا يعنى الانعزال الدائم للمجلة عن الاحداث الطارئة شديدة الدلالة للمجتمع فاذا افترضنا ان المعد او المنتج قد حدد الموضوعات والافكار الخاصة بالعدد وبدأ العمل في اعدادها اذاعيا ثم وقع حدث طارئ هام، في هذه الحالة يتعين حذف بعض الفقرات الاصلية لتحل محلها فقرات خاصة بهذا الحدث، بل ان هذا المسلك هو المفروض حتى ولو كان المعد قد أعد الحلقة البرامجية في شكلها النهائي وتم تسجيلها طالما ان الوقت يسمح بإنتاج مادة تتضمنها المجلة عن هذا الحدث

على اية حال فإن الخطوة الاولى في انتاج المجلة الاذاعية هي تحديد الموضوعات والافكار التي ستتناولها الحلقة وذلك في صورة فقرات سواء من حيث العدد او من حيث المضمون والشكل والمدة الزمنية لكل فقرة على ضوء مدة الحلقة ككل، وأهداف المجلة في إطار السياسة الاعلامية للخدمة الاذاعية المعينة.

ثانيا: جمع المعلومات

تتداخل هذه المرحلة مع المرحلة السابقة، بل لا يمكن فصلها عنها في الواقع العملي، وفي كل الاحوال، فإن عملية جمع المعلومات تتم وفق ما تم تحديده، من فقرات السياسية كما سبق ذكره، فقد تتطلب افتتاحية المجلة مثلا جمع معلومات من الصحف والمجلات المطبوعة او الكتب، وقد تتطلب اجراء حوار او أكثر مع عدد من الشخصيات وتحليل خطابات المستمعين والرد عليها، والحصول على مقاطع غنائية وموسيقية ومؤثرات صوتية. الخ ويتضح من ذلك ان بعض مواد المجلة الاذاعية يتم الحصول عليها او انتاجها خارج الاستديو والبعض الاخر من الادارات المعينة داخل الاذاعة، كما يمكن الحصول على البعض الثالث من أي من هذين المصدرين فالمقطوعات الفكاهية والموسيقية والغنائية يمكن الحصول عليها من مكتبة الشرائط او من أي مصدر اخر سواء بالشراء او الاستعارة، والحوارات يمكن اجراؤها داخل الاستديو او خارجة

اما المعلومات والارقام والاحصائيات فيمكن الحصول عليها من المطبوعات بأشكالها المختلفة أيا كان المكان الذي توجد فيه. وفي مرحلة جمع المعلومات يراعي المعد او المنتج ان المجلة الاذاعية تقوم على المعالجة الافقية المنتشرة وليس لمعالجة الرأسية العميقة للموضوعات ، بمعنى انها لا تتعمق في الافكار والموضوعات التي تتناولها ، هذه الفكرة تنعكس على نوعية Quality المادة التي يتم جمعها، وغنى عن البيان ان جمع المادة ينطلق من تحديد الاهداف والاهداف بطبيعتها قد تكون منفردة وقد تكون متكاملة ومتداخلة كما ان بعض الاهداف قد يتناقض مع البعض الاخر ، فمعد المجلة قد يحدد بعض أهداف

الحلقة في الترفيه Entertainment الامر الذي يمكن تحقيقه من خلال قطعة فكاهية او موسيقية ، وهذا المضمون قد يتداخل مع هدف آخر هو التوعية او التثقيف

كما ان مضمون بعض الافكار قد يتضارب مع مضمون أفكار أخري سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، كأن تتضمن المجلة افتتاحية ساخنة عن مشكلة تنظيم الاسرة مثلا، ثم تتضمن فقرة دراسية تشير الى مزايا الاسرة الكبير، لذلك فإن وضع أهداف محددة بحيث تكون نقطة انطلاق لجمع مادة المجلة ومراعاة الاتساق الفكري بين ما يتم جمعه من مواد – يشكل أحد مستلزمات الانتاج الاذاعي العلمي.

ثالثا: الاعداد الاذاعي:

هذه الخطوة عبارة معالجة المادة التي تم جمعها أي اعادة تنظيمها وتوزيعها مع اجراء ما يلزم من صياغة، ومنتجة، وتحديد مواضع الموسيقي والمؤثرات الصوتية. الخ والمسؤول عن هذه العملية يسمي المنتج producer وفي برامج المجلات يكون المنتج هو المحرر باعتباره الاقدر على فهم المداخل السليمة لمعالجة المادة اذاعيا بالمستوي المطلوب

١-يبدأ الاعداد الاذاعي بفرز وفحص المادة التي تم جمعها من مصادر مختلفة وتحديد ما ستتضمنه الحلقة والاستغناء عما سوى ذلك، والواقع ان هذه الفكرة تنطبق أكثر على المادة التي جمعها من مصادر مطبوعة وكذلك الحوارات التي تم تسجيلها اما المقاطع الغنائية والموسيقية والفكاهية التي ستتضمنها الحلقة، فإن المعد يحصل

عليها مباشرة من الاشرطة المسجلة عليها فالمادة التي تم جمعها لصياغة افتتاحية المجلة الاذاعية وغيرها من الفقرات التي ستقدم في صورة نص مكتوب

والحوارات التي تم تسجيلها سواء كانت داخل الاستديو او خارجه ، هي التي تخضع لعملية الفرز والمراجعة ، وفي حالة المادة التي جمعت مكتوبة فأنها عادة لا تستخدم جميعها ، وانما يستبعد بعض منها ، اما الحوارات فإنها تجري عليها عملية المونتاج اذا لزم الامر سواء الاعتبارات الوقت ، او اعتبارات الجودة الفنية ، او الاعتبارات المضمون المطلوب ان تحتويه المجلة ، ويعقب ذلك صياغة الفقرات التي ستقدم في صورة حديث مباشر ، او في صورة مقاطع مقروءة وفق المعايير المعروفة في لغة الاذاعة .

٢- بموجب ذلك يصبح لدي معد المجلة الاذاعية عدة فقرات كل منها ذات مضمون معين ، وشكل معين ، بعضها في صورة مكتوبة ، والبعض الاخر مسجل على أشرطة ، هذه الفقرات تكون بمثابة اللبنات ، أو المكونات التي ستوضع بطريقة معينة لتكون في النهاية " البناء " المطلوب اقامته بطريقة هندسية جميلة ، وهنا يصبح المعد الاذاعي الناجح قادرا على ترتيب المكونات ، ووضع كل منها في موضعه الصحيح بحيث يكون البناء منسجما ومتكاملا ويخضع ترتيب فقرات المجلة الاذاعية لمبدأ التنوع ، سواء من حيث المضمون او الشكل او اسلوب التقدم ، او المدة الزمنية للفقرات ، فالفقرات المتشابهة المضمون لا توضع متجاورة

والشكل الاذاعي الذي تقدم به فقرة معينة لا يكرر في الفقرة التالية، كما يراعي تنوع الفقرات من حيث الاداء بين السرعة والبطء وكذلك من حيث المدة الزمنية، وتعد هذه الفكرة غاية فيئ الاهمية على ضوء الانتقادات الحادة التي توجه لأساليب الممارسة الخاصة بالمجلات الاذاعية في كثير من الاحيان، ذلك ان مدة الفقرة الواحدة تتأثر بوقت الحلقة ككل، وكذلك بطبيعة الفكرة المراد ان تعبر عنها الفقرة.

فالمجلة التي مدتها (٣٠) دقيقة ستختلف بالطبع عن المجلة التي مدتها (١٥) دقيقة سواء من حيث عدد الفقرات او من حيث المدة الزمنية للفقرة الواحدة، فكلما زادت مدة الحلقة وجدت الفرصة لزيادة عدد الفقرات، وكذلك زيادة مدة الفقرة الواحدة مع امكانية تنوع الفقرات بين القصر والطول. المسألة الجوهرية في هذا الخصوص هي ضرورة مراعاة التوازن بين فقرات المجلة من حيث مدة كل منها، والتوزان لا يعنى التساوي، وانما يعنى عدم المبالغة بالزيادة او بالنقصان في المدة الزمنية لفقرة معينة على حساب الفقرات الأخرى

فلا يجوز مثلا، ان يوزع وقت مجلة مدتها (١٥) دقيقة بين أربع فقرات تستغرق أحدها عشر دقائق، بينما تستغرق الثلاث فقرات الباقية ومواد الربط خمس دقائق. إذا تبين للمنتج ان توزيع الوقت على فقرات المجلة بهذه النسب يتواءم مع طبيعة الفكرة الخاصة بكل منها – عندئذ يكون الخطأ – او عدم التوفيق في اختيار وتحديد الموضوعات التي ستتناولها الحلقة، ولا شك ان الفقرات ذات المدة القصيرة تعطي للمجلة إيقاعا أسرع، كلما تنوعت فقرات المجلة بين السرعة والبطء وبين الفقرات

الطويلة والقصيرة كلما أضفى ذلك نوعا من الحيوية على الحلقة ككل وجنبها مشكلة السير على وتيرة واحدة

أما ترتيب فقرات المجلة الاذاعية من حيث المضمون وطبيعية ، فان منطق التنوع variation الذي تقوم عليه المجلة تقتضي ان الفقرة ذات المضمون الفني مثلا تقدم بعدها فقرة تحمل مضمونا أخر ، وليكن فكاهيا او رياضيا مثلا ، ولما كان منتج المجلة يدرك ان هناك فقرات معينة تجذب انتباه المستمع اكثر من غيرها فانه يضعها في ترتيب معين بحيث تتوزع بين ثنايا المجلة فقد تأتى احداها في البداية لجذب انتباه المستمع ليرتبط بالحلقة منذ بدايتها ، وقد تأتى احداها في النهاية ، لضمان ان يظل المستمع متابعا للحلقة انتظارا لهذه الفقرة (وغنى عن البيان ان محتويات العدد ينوه عنه في البداية)، ربما يكون ابرز الادلة لتوضيح هذه الفكرة هو الفقرات الخفيفة والفقرات الجادة

فترتيب فقرات المجلة وفق معيار ما هو خفيف وما هو جاد يمكن ان يكون عاملا اساسيا لجذب انتباه المستمع من جهة وتوصيل الافكار الجادة الهادفة الى المستمع من جهة ثانية فالفقرات الخفيفة او الترفيهية مطلوبة لذاتها من اجل تحقيق الوظائف الترفيهية وكذلك التسلية ، كما انها مطلوبة لجذب انتباه المستمع الى الفقرات الجادة ، ولذلك فان بعض منتجي المجلات الاذاعية الناجحة كثيرا ما يوزعون الفقرات الترفيهية على أجزاء المجلة بحيث تتزايد بالتدريج من بداية الحلقة حتى نهايتها، بمعنى انها في بداية الحلقة تكون

قليلة ، ثم تتزايد وتواصل تزايدها لتصل الى اقصاها في نهاية الحلقة، وفي هذه الحالة تكون العلاقة بين المواد التخفيفية والمواد الجادة تتخذ صورة المثلثين المقلوبين المتقاطعين فالمثلث أب جـ يمثل مساحة المواد الخفيفة على امتداد وقت حلقة المجلة اما المثلث س ص ع فانه يمثل مساحة المواد الجادة ، مع ملاحظة الفارق في مساحة المثلثين ، والمساحة هنا تدل على الوقت ، أي وقت الحلقة ككل موزعا بين الفقرات الجادة والفقرات الخفيفة ومواد الربط

وعلى الرغم من انه لا توجد قاعدة صارمة لتحديد نسبة وقت الفقرات الخفيفة الى نسبة وقت الفقرات الجادة ، الا ان هناك من يري ان هذه النسب توزع عادة بواقع الثلث للفقرات الخفيفة مقابل الثلثين للفقرات الجادة ولا شك ان هذا المؤشر يمكن الاستفادة به في احيان كثيرة ، ولكن لا يمكن القول بانه قاعدة ثابتة في كل الاحوال ، فقد يري منتج المجلة ، توزيع وقت الحلقة بواقع ٢٥% للفقرات الخفيفة مقابل ٧٥% للفقرات الجادة ن وقد تزيد هذه النسبة او تقل من حلقة الى أخري ، ومن اذاعة الى اخري كما قد تختلف من مجلة الى اخري ، ومن منتج الى آخر في اطار الخدمة الاذاعية الواحدة ، لعل ما يعزز هذه الفكرة هو الاتجاه الحديث في الاستخدام الاذاعي للمواد الخفيفة او الترفيهية ممثلا في انتاج المادة التي ظاهرها الترفيه ولكنها في الحقيقة جادة، من ذلك مثلا الفقرة الفكاهية او الدرامية او السم درامية التي تعرض قضية او فكرة جادة ولكن بأسلوب ترفيهي يثير الضحك ويجذب الانتباه، قد

تكون هذه الفكرة في المجال السياسي او الاقتصادي ، وقد تكون في اطار علاقة الفرد بالأسرة او بمؤسسات الدولة .. الخ

ويلاحظ ان المجلات الاذاعية تأثرت في هذه الناحية بفن الكاريكاتير في الصحافة المكتوبة

٣- يتضح من ذلك ان ترتيب فقرات المجلة الاذاعية ، يخضع لمعايير علمية فنية بحيث توضع كل فقرة في موضعها الصحيح ، وعند ذلك تكون الفقرة في المجلة بمثابة اللبنات والمكونات في البناء الهندسي بحيث يأتي في النهاية قويا متماسكا رائع المنظر ، ولا شك ان البناء الهندسي يعتمد على المادة الخرسانية التي تجعل أجزاءه قوية متماسكة ، والى مواد الطلاء والزخرفة التي تضفي عليه هالة من الروعة والجمال ، هذه الفكرة تكاد تنطبق على ما نسميه اصطلاحا ببناء المجلة الاذاعية ، ولكن المادة التي تجعل فقراتها متماسكة ، وتضفي عليها الجاذبية وتجعلها ذات مستوى اذاعي جيد تتمثل في اسلوب الربط الذي هو مزيج من اللغة (مواد الربط) ، والموسيقي، والمؤثرات الصوتية . فالمجلة الاذاعية نستخدم النص المكتوب ، سواء تمثل في فقرات بعينها ، او في مواد الربط بين فقرات المجلة، والفقرات المكتوبة قد تكون في صورة حديث مباشر يمثل يمثل افتتاحية المجلة ، أو في صورة مجموعة اخبار موجزة ، أو معلومات وغرائب ، كما ان الرد على أسئلة المستمعين كثيرا ما يكون في صورة فقرة مستقلة مكتوبة ، وعندما تتضمن المجلة فقرة خاصة بمسابقة بين المستمعين ، فإنها ايضا

تتخذ صورة النص المكتوب ، نفس المنطق عندما تكون الفقرة الاذاعية في صورة حديث مباشر موزعا او غير موزع على مقاطع صوتية ن أو حديث حواري .. الخ. في مثل هذه الفقرات يلتزم معد المجلة بالمعايير الخاصة باللغة الاذاعية من الدقة والبساطة والوضوح، لكن مواد الربط اللغوي بين فقرات المجلة تمثل أحد العناصر الرئيسية الحاسمة في المستوى العام لها، بل ونميز الجيد عن غيره

ذلك ان المجلة الاذاعية تقتضي الربط الجيد، وسلاسة الانتقال بين الفقرات في إطار يمزج بين التنوع في المضمون والشكل والاسلوب من جهة ووحدة العمل الفني من جهة ثانية وعلى معد المجلة صياغة مواد الربط بعناية شديدة بحيث تحقق هذا الهدف، فالربط بين فقرة عملية وأخري فنية، يمكن ان يكون هكذا " ومن الصفحة العلمية، الى صحفة الفن التي تتضمن مفاجئات وأسرار النجوم، والتي سنقدمها بعد سماع هذه الاغنية "

ثم تقدم فقرة الاغنية يليها الفقرة الفنية

وتظهر اهمية مواد الربط منذ بداية الحلقة ، فمن خلالها يتم التنويه عن محتويات المجلة بطريقة جذابة ، ومن خلالها ايضا يتم التنويه عن الفقرات المتبقية والتأكيد على أفكار معينة سواء لإضفاء الجاذبية والتشويق واثارة الاهتمام او لإبراز هذه الافكار بما يتفق مع هدف المجلة ، كما ان مواد الربط هي التي تمهد للفقرات وتجعلها تتخذ المدخل السليم في ذهن المستمع بحيث يبدو الانتقال منطقيا ومستساغا ، وهى التي تمهد لانتهاء الحلقة من خلال الفقرة الاخيرة بها ، وتضفى التماسك والوحدة الفنية بين جميع فقرات المجلة وتحقق

الانسجام والمنطقية في العلاقة بين هذه الفقرات ، كما ان مواد الربط، هي احدى وسائل المجلة الاذاعية في ادخال الحيوية على الاشكال الاذاعية الاخرى التي تستخدمها

ولكي يكون معد المجلة قادرا على صياغة مواد الربط بأسلوب لغوى يتماشى مع كل هذه الافكار يتعين عليه التفكير العميق من اجل بلورة عناصر إطار العلاقات الذي يمكن ايجاده بين فقرات المجلة بما يحقق مزيدا من الجاذبية والتشويق، وان يدقق في مفردات اللغة التي يستخدمها للتعبير عن هذا الإطار، ويستند في ذلك على الاحساس العميق بطبيعة المادة المنقولة وخصائصها، وان يتقمص شخصية المستمع على المستويات الفكرية والنفسية مع توظيف قيمة " الفن " والمعايير الاذاعية لجذب انتباه المستمع.

هذا فيما يتعلق بمواد الربط اللغوية ، أما من حيث الموسيقى والمؤثرات الصوتية، فإن المجلة تسعى لكسب المستقبلين وتوصيل محتواها من خلال تنوع المواد ، وجاذبية التقديم ، وخفة الاعداد واستخدام المادة الترفيهية سواء لتحقيق هدف الترفيه في حد ذاته ، أو لجذب انتباه المستمع للمواد الجادة .واستخدام الموسيقى يتوافق مع هذا الجانب الفلسفي كأحد للجوانب التي تقوم عليها المجلة الاذاعية ويشترط في موسيقى المجلة ان تكون ذات صفة شعبية لجذب انتباه المستقبلين والمحافظة عليه ، والموسيقى الشعبية تتماشى مع فلسفة المجلة التي تتوجه عادة الى المستمع غير المندمج ، أي المستمع الذى يكون منشغلا ماديا أو فكريا بمهام أخرى ، والذى يستمع بأذن واحدة غالبية الوقت وبأذنيه بعض الوقت

والمقصود باختيار موسيقى المجلة من النوع الشعبي، هي ان تكون موسيقى شائعة ومنتشرة بين الناس، يهوون سماعها دون ان تكون هابطة المستوى أو مبتذلة. وتستخدم الموسيقى في المجلة الاذاعية، سواء كلحن مميز في بداية ونهاية الحلقة (وهو لحن التتر الذي يظل ثابتا في كل حلقة)، أو كفواصل موسيقية بين فقرات المجلة، أو كفقرة مستقلة، أو كخلفية لبعض الفقرات. انما تستخدم الموسيقى في المجلة في صورة خالصة pure Music أو في صورة أغنية بأشكالها ومضامينها المتعددة. وتتضافر الموسيقى مع مواد الربط لإضفاء الوحدة الفنية على المجلة الاذاعية وتحقيق الانسجام والمنطقية في علاقة هذه الفقرات بعضها ببعض. أما المؤثرات الصوتية Sound Effects فأنها تستخدم أحيانا في بعض فقرات المجلات الاذاعية لتحقيق ما لا يتمكن الكلام المنطوق من تحقيقه، فقد يرى معد المجلة ضرورة استخدام، أو اظهار المؤثرات الصوتية لجعل المستمع يشعر بالجو الحقيقي للموقف أو الموضوع

فالمؤثرات الصوتية لجعل المستمع يشعر بالجو الحقيقي للموقف أو الموضوع، فالمؤثرات الصوتية هنا تنشط خيال المستمع، وتجعله قادرا على رسم الصورة الحقيقية للموقف المراد التعبير عنه، وهي في ذلك تقوم بدور مشابه لدور الموسيقى التصويرية. خلال المراحل سالفة الذكر ، بشأن معالجة المواد الخاصة بإنتاج المجلة الاذاعية يتم وضع السكربت الخاص بالحلقة متضمنا كافة عناصر : فقرات المجلة في ترتيب معين ، مواد الربط ، مدة كل فقرة بالدقيقة والثانية ، مواضع الموسيقى والمؤثرات الصوتية ، الإرشادات الخاصة بالأداء مثل التنغيم بالصوت المرتد اسلوب

الأداء (إلقاء عادى ، أو القاء شبه درامي مثلا) ، وغير ذلك من المواد المرشدة Cue Materials التي وضعها المعد لتخرج الحلقة – بعد تسجيلها – في صورة معينة ويتم التسجيل بموجب النسخة المتضمنة لكافة عناصر الحلقة بالتحديد وفق هذه الصورة وبعد ان يتم التسجيل يعاد سماع الحلقة كاملة بحيث يصحح ما قد يكون بها من أخطاء سواء فنية أو موضوعية وتصبح قابلة للإذاعة على الهواء وفق الموعد

تدريبات الفصل الثالث

تحدث

باختصار عن كل من:

١- أنواع الحوار

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

٢- التخطيط لبرامج المناقشات...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

٣-مراحل إنتاج المجلة الاذاعية...........................

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

الفصل الرابع

الكتابة للتليفزيون

*خصائص التليفزيون

* النص التليفزيوني

خطوات انتاج العمل التليفزيوني

*الاخراج التليفزيوني

*القيم التليفزيونية

* الاستديوهات التليفزيونية

الأهداف الاجرائية

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي ان يكون الدارس قادر على معرفة:

*-خصائص وسيلة التليفزيون

*-تقتتيه الكتابة للتليفزيون

*-خطوات انتاج العمل التليفزيوني

*-الاخراج التليفزيوني

*-القيم التليفزيونية

*-الاستديوهات التليفزيونية

الكتابة للتليفزيون:

خصائص التليفزيون

١-الجمع بين الصوت والصورة فهو يعتمد على حاستين من اهم الحواس وهما السمع والبصر وهما يستقبلان الصورة والحركة والصوت.

٢-الثقة المتزايدة فيما ينقله التليفزيون من مواد اخبارية فورية حيث ان الصور أمام المشاهدين تبعث على التصديق أكثر من الوسائل المسموعة والمكتوبة كما انه يوحي بالموضوعية

٣-يتفوق التليفزيون على وسائل الاتصال الأخرى بقدرته على صهر العناصر الثلاثة التالية

أ-الصوت الاذاعي وما يمتاز به من نقاء وصفاء

ب-حيوية العروض المسرحية

ج-الامكانيات والتقنية الالكترونية المستخدمة في الافلام

٤-أصبح الاعلام المرئي الذي يبث من الفضاء قادرا على التحكم في مبدا حرية المعلومات وتداولها حيث نجد انها تخطت حواجز الرقابة السياسية والقانونية التي تقيمها الدول المستقبلة للبث المباشر.

٥-من خلال عرض التليفزيون للصورة الملونة حيث تبدو الاشياء والحوادث كما هي في الواقع يوفر عنصر التشويق لدي المشاهد.

٦-يتميز التليفزيون بإمكانية نقل مشاهد من اماكن يصعب بل يستحيل على المشاهد مشاهدتها في مواقعها الاصلية على الطبيعة مثل الحروب والكوارث الطبيعية.

٧-ينتج التليفزيون من خلال البرامج الثقافية والدينية والأدبية والسياسية والاقتصادية المختلفة في نشر الثقافة بين الجماهير.

٨-يعتمد العمل التليفزيوني على الصورة كعنصر أساسي ويقل اعتماده على النصوص المكتوبة ولذا أصبح التليفزيون يعتمد على الشخص المتكلم نفسه وليس القارئ من النص كما هو الحال في الراديو.

٩-يتميز التليفزيون بميزة المشاهدة الجماعية مما يسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه بمخاطبة ما يسميه أساتذة علم النفس الاجتماع بالعقل الجمعي.

١٠-يعد التليفزيون أفضل وسائل الاتصال الإعلاني في حالة الإعلان عن السلع التي يحتاج للجوانب البصرية مثل اظهار العبوات بشكلها وتصميمها وألوانها أو توضيح

مكونات السلعة او طريقة الاستخدام او نتائج استخدام السلعة او الخدمة وغيرها

اوجه الاختلاف بين الراديو والتليفزيون

- فكما يتشابه الراديو مع التليفزيون في خصائص فان هناك ايضا اختلافات بينهم وهي ما تشير اليه على النحو التالي:

أ-الاستحواذ على الاذن في مقابل الاستحواذ على العين

ب-التلقائية والبساطة في مقابل الابهار

ج-إيحاء الكلمة في مقابل واقعية الصورة

د-اختلاف المقدرة الإذاعية

أ-الاستحواذ على الإذن في مقابل الاستحواذ على العين

حقا يختلف الراديو عن التليفزيون وعن غيره من وسائل الاعلام الأخرى بانه يركز على الاصوات فقط ولا يحتاج الى حاسة البصر من اجل وصول رسائله بل يعتبر الوسيلة الجماهيرية الوحيدة التي باستطاعتها ان تخدم جمهور نشطا أثناء تناوله الطعام واثناء طاهيه ونهاية للنوم وإذا الراديو هو أداة الاستحواذ على الاذن.

أما التليفزيون فأساسه الرؤية والنظر الى مجموعة من الصور المتحركة هي صور ثابته في حقيقتها تعطي إيهاما بالحركة ومن هنا نجد ان التليفزيون هو أداة الاستحواذ على العين ومن هنا قلنا ان الاستحواذ على الإذن الراديو في مقابل الاستحواذ على العين

ب–التلقائية والبساطة في مقابل الابهار:

لا شك ان تلقائية وبساطة الكلمة في الراديو يقابلها جمال الصورة ورونقها في التليفزيون، فالكلمة هي لغة الإذاعة وأداتها الرئيسية ونقصد هنا الكلمة المسموعة التي ينطق بها الاذاعيون لترسخ في الاذهان وتتميز الكلمة المنطوق في الاذاعة بأنها كلمة مقبولة ومفهومه بسيطة وغير مكلفه وهي تضمن في ذاتها كل العناصر التي تجعلها واضحة ومفهومه.

*وفي حين يتميز الراديو بهذه البساطة والتلقائية وعدم التكلف نجد التليفزيون على العكس يعتمد على الابهار والمبالغة في احيان كثيرة والابهار وشدة التأثير لذا نجده يجمع بين مزايا الاذاعة الصوتية (الراديو) من حيث الصوت؟ ومزايا السينما من حيث (الصورة واللون) ومزايا المسرح من حيث (الحركة التي تضعي الحيوية على المشاهد التي يعرضها

*يمكن القول بان التليفزيون ببساطة اعطي المشاهد والاحساس بانه جزء من حياة جديد عليه.

* إذا فالرسالة التليفزيونية بكلماتها وحركاتها وديكوراتها ومؤثراتها الصوتية تقدم للجمهور تجربة مثيرة مدهشة ومبهرة.

ج –ايحاء الكلمة في مقابل واقعية الصورة

حيثما تذهب الى ذلك نجد ان الاذاعة تعتمد على الكلمة المنطوقة في حين يعتمد التليفزيون في الاساس على الصورة التي تدعمها بكلمة يمكن القول بان الاذاعة من الناحية العملية والموضوعية تعوض في كونها تعتمد على حاسة السمع فقط حيث انها تعتمد على ملكة غير محدودة هي ملكة الخيال عند السمع وهنا يمكن أن تكون ميزة للراديو لا قصور لان العناصر المرئية تجد كل شيء امام المشاهد وتحد من انطلاق خياله او تخيله بينما تبني الاذاعة الصوتية المسرح الخاص بها في ذهن المستمع ليتخيل الاشخاص والزمان والمكان واذا كانت الاذاعة تتميز بالحيوية التي ينبض في الصوت الإنساني لتطلق للخيال العنان فان التليفزيون يكشف الحقيقة وينقل الواقع ولهذا نجد كثيرا من مذيعي الاذاعة المشهورين يفقدون شعبيتهم عندما يظهرون على شاشة التليفزيون وكذلك لبعض الشخصيات التي تشتهر عن طريق الاذاعة

د–اختلاف المقدرة الاقناعية:

لقد اشارت نسبة كبيرة من الابحاث على ان لكل وسيلة اتصال مقدرة على الاقناع تقل او تزيد عن غيرها من الوسائل الاخرى وذلك وفقا لا مكاناتها الذاتية وطبيعة الرسالة المنقولة؟ وخصائص وصفات الجمهور الموجة اليه الرسائل الإعلامية فضلا

عن النتائج التي تثبت الخصائص والسمات التي تميز بها وسيلة اتصال معينة ولذلك يتميز كل من الراديو والتليفزيون بمجموعة من الخصائص

يمكن أن نتصور حاجة التليفزيون الشديدة الدائمة إلى النصوص إذا عرفنا أن إنتاج التليفزيون في العام الواحد يعادل ٣٠ مرة إنتاج السينما. وفى أول عهد التلفزيون كان المهندس الذي يقوم بعمليات الإرسال والتصوير هو الفارس الأول في العملية كلها، ثم ظهرت الحاجة إلى المخرج عندما بدأت الجماهير تحس بافتقار الصور التي تعرض أمامهم إلى الروح والحياة، ثم ظهور المخرج ليصبح هو الفارس الأول. وبعد هذا، عندما اتسع نطاق التليفزيون وكثرت ساعات إرساله، ظهرت الحاجة إلى الكاتب الذي يمد التليفزيون بالأفكار الجديدة المثيرة، والكاتب هو الفارس الأول الآن في التليفزيون.

<u>النص التلفزيوني</u>

<u>أولا: من حيث الشكل:</u>

إننا نجد أن النص الذي يكتب للتليفزيون يتكون من نصين:

١- النص الأول للكاميرا واسمه الفيديو Video.

٢- النص الثاني للأذن واسمه أودي Audio.

الفيديو عبارة عن الحركة والمناظر واستخدام الكاميرا. الزوايا والاتجاهات لالتقاط الصورة، والأوديو عبارة عن الحوار والموسيقي والمؤثرات الصوتية ثم الإطار العام للنص Frame Work وهو عبارة عن مقدمة للافتتاح وصوت وصورة ثم نقلات ثم الختام Dramatic Construction.

في التمثيليات لا يختلف البناء الدرامي في التليفزيون عنه في المسرح أو السينما فيسير على نفس الخطوط. العرض أو المنظر التمهيدي في الافتتاح ثم تطور الحوادث ثم العقدة ثم القمة أو نقطة التحول ثم الحل في النهاية.

ثانيا: من حيث الجوهر:

الكتابة للتليفزيون ليست في واقعها مجرد إضافة صور إلى الحوار أو الكلام الذي يضعه المؤلف، وإنما النص التليفزيوني الجيد هو الذي يستطيع المؤلف أن يعبر به عن قصته في سلسلة من الصور يصحبها الحوار أو الكلام. معنى هذا أن الكتابة للتليفزيون شيء أكثر من مجرد التفكير في الكلام الذي يقوله الممثلون. إنها تفكير للكاميرا. أي التفكير في الصور المتعاقبة التي يتكون منها البرنامج ويشاهدها المشاهد في بيته. ليس معنى هذا أن الحوار شيء عديم الأهمية، فالحوار البارع جزء من كيان النص، ولكن التفكير في الحوار يجب أن يأتي بعد التفكير في الصورة ن وهذا مألوف لكتاب السينما، فالسيناريو يتكون من المشاهد والحركات التي تدور فيها وقد يكتب القصة مؤلف ويكتب السيناريو مؤلف آخر ويكتب الحوار مؤلف ثالث.

وعلى ذلك فالمؤلف أو الكاتب المبتدئ في التليفزيون يجب أن تكون له تجارب سابقة للكتابة للمسرح والسينما والراديو والقصة الطويلة والقصيرة، والتجارب التي اكتسبها المؤلف في هذه الفروع تقيده فائدة كبرى عند الكتابة للتليفزيون مع بعض التحفظات، فلو كانت له تجارب في الكتابة للسينما عليه أن يضع في الاعتبار القيود التي تفرضها طبيعة العمل في استوديو التليفزيون من حيث قلة المناظر وقلة الميزانية وإمكانيات الكاميرا وضيق المكان ثم مساحة شاشة جهاز الاستقبال.

وإذا كانت له تحارب سابقة في كتابة القصة الطويلة أو القصيرة فالمطلوب منه أن يحول طاقته في الوصف إلى حركة تصوير بيسر في الاستوديو. وإذا كانت له تجارب سابقة في الكتابة للمسرح فالمطلوب منه عند الكتابة للتليفزيون أن يتفادى ازدحام المسرح بالممثلين وأن يركز على صورة الممثل لإعطاء الأثر المباشر.

وإذا كانت له تجارب سابقة في الكتابة للراديو فالمطلوب منه أن يبدل الصور التي اعتاد التعبير عنها بالصوت إلى صور تنقلها الكاميرا وتراها العين ، ولهذا يجد كاتب الراديو مشقة في الكتابة للتليفزيون أشق مما يلاقيه كاتب المسرح أو السينما ، لأنه لم بمارس الكتابة أصلا للعين ، فالتليفزيون من ناحية التمثيل يقع في منتصف الطريق بين المسرح بالقيود المعروفة من حيث الزمن والمكان والحركة وبين السينما بإمكانياتها الضخمة ووسائلها الكثيرة وحرية الحركة فيها ، وكلاهما المسرح والسينما يعتمد على الصورة والصوت ، بينما الراديو يعتمد على الصوت فقط ، والصوت هو الذى يثير وحده الصور في خيال المستمع.

ومن كل هذا نفهم أن كاتب التليفزيون يجب أن يمرن نفسه على التفكير بالصورة والصوت معا، وان تتوافر لع القدرة على أن يرى ويسمع كل مشهد من المشاهد قبل أن يكتبه على الورق، وإذا وجد الكاتب أن الكاميرا أي الصورة وحدها تستطيع أن تعبر عن المعنى الذي يقصده، فلا حاجة به إلى إضافة أي صوت، فالحوار يجب دائما أن يكون اخباريا، أي بحيث يضيف معلومات عن الدنيا التي نعيش فيها، وكما سبق أن ذكرنا مصدرها البصر والسمع، و ٩٠% منها مصدره البصر. و٨% مصدره السمع أما الـ ٢% الباقية فهي موزعة على بقية الحواس، وعلى ذلك فالنص التلفزيوني الناجح

يجب أن يكون مطابقا لواقع الحياة بقدر الإمكان، وأن نحدد عند كتابته ما يجب أن يرى وما يجب أن يسمع وما يجب أن يرى ويسمع معا.

الخطوات الهامة والرئيسية لعمل برنامج تليفزيوني وهي:

أولا: الفكرة:

حيث يتم دراسة الفكرة المطلوب تنفيذها للعمل ومدى صلاحيتها وموافقة الرقابة والمصنفات الفنية ومدى استجابة المشاهدين لها من خلال تقارير يتم إعدادها في هذا الشأن.

ثانيا: نوعية المشاهد:

يتم فيها تحديد نوعية المشاهد حتى يمكن تقديم العمل بالشكل الذي يناسب هذه النوعية من المشاهدين. وقد تكون نوعية المشاهد من الأطفال أو المرأة أو الصفوة من رجال الفكر أو العامة. الخ.

ثالثا: الوقت "الزمن":

حيث يتم دراسة الوقت المطلوب فيه عرض العمل على أن يرتبط بنوعية المشاهدين. فلا يصح "مثلا" أن نقدم برنامج للموظفين خلال الفترة الصباحية التي يكون فيها الموظف في المصلحة التي يعمل بها أو نقدم برنامج للطلاب خلال فترة الدراسة. وهكذا.

رابعاً: المادة العلمية:

وتأتى خطوات إعداد المادة العلمية للعمل من المختصين أو الخبراء أو المؤسسات أو الهيئات المتخصصة. الخ.

خامسا: النص:

يتم إعداد النص الذي سوف يصاحب الصورة. ومن هنا يجب اختيار الكاتب الذي يقدم النص الذي يخدم العمل المطلوب انتاجه.

سادسا: عرض العمل:

وهنا يجب دراسة عرض العمل بمعنى هل سيعرض العمل على الهواء مباشرة أو خلال التسجيلات أو عن طريق الاستوديو أو المكاتب الإعلامية.

سابعا: مقدم العمل:

وتأتى خطوة اختيار مقدمة العمل وذلك حسب أهمية العمل التليفزيوني ونوعيته وهل يعتمد على مقدم واحد وأكثر.

ثامنا: الإمكانات الفنية:

يجب دراسة الإمكانات الفنية المتمثلة في استخدام الديكور والمواد المصاحبة للنص من رسوم أو خرائط أو وسائل توضيحية بالإضافة إلى استخدام الملابس والإكسسوارات والماكياج وغيرها. وتوفير كل هذه العناصر الفنية ولوازمها.

تاسعا: تجهيز الكاميرات:

ثم تأتى خطوة تجهيز الكاميرات ومعدات الصوت والإضاءة والمؤثرات الصوتية الخاصة والمطلوب استخدامها وإعداد وتجهيز أجهزة قياس الصوت والإضاءة.

عاشراً: تحرير العقود:

وتأتى مرحلة تحرير العقود والارتباط بالميزانية التي تشتمل عادة على إيجاد الاستوديو وأجور المشتغلين في العمل وإيجار الملابس والإكسسوار وأعمال الديكور والتصوير الخارجي إن لزم الأمر.

احدى عشر: استمارة التنفيذ:

وهنا يجب أن تحرر استمارة التنفيذ التي يدون فيها اسم العمل وفكرة مبسطة عنه " ومدته الزمنية – وعدد الحلقات – ووقت التنفيذ – وموعد حجز الاستوديو – والتصوير الخارجي إن لزم الأمر – وحجز الكاميرات – ونظام التصوير فيديو تيب أو تلي سينما أو قمر صناعي " بالإضافة إلى بيانات أخرى في الاستمارة الخاصة بالعمل والتي تشتمل على اسم المخرج وأسماء المتعاونين. الخ.

مراحل إنتاج " العمل " التليفزيوني

وتختلف الصورة التليفزيونية عن التصوير الضوئي أو السينمائي في أن الوسيط المكون للصورة عبارة كهارب سالبة الشحنة تعرف باسم الإلكترونيات التي تتولى أجهزة اليكترونية معقدة تطويعها وإعدادها وتحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية ويتم التقاطها فور إذاعتها عن طريق محطات الإرسال وكاميرات التليفزيون كأي كاميرا عادية تستخدم فيها مجموعة من العدسات تركز بؤريا صورة مقلوبة للمشهد الذي تلتقطه. ولكن الصورة هنا لا تسقط على فيلم فوتوغرافي "كأفلام السينما" بل تسقط الصورة الضوئية المقلوبة للمشهد على لوح معزول من مادة تسمى "الميكا – PLATR OF MICA" المغطاة بعدد هائل من الحبيبات الدقيقة جدا لمادة ضوئية شديدة الحساسية تكون عادة من "أكسيد الفضة وأكسيد السيزيوم " وكل حبيبة منفصلة عن الأخريات ومعزولة كهربائيا. وعند سقوط الصورة على هذه الحبيبات تتكون على حبة شحنة كهربائية موجهة تتوقف على شدة الضوء الساقط على حبة. وبذا تتحول الصورة الضوئية الساقطة على الحبيبات إلى صورة كهربية كاملة على مئات الألوف من الحبيبات الصغيرة. ولما كانت جميع الحبيبات معزولة عن بعضها البعض فإنها

تخترق شحناتها لإخراج صورة كهربية للمشهد الموجود أمام الكاميرا. ويلاحظ أن الأفلام السينمائية تحتاج إلى تحميض كالصور الضوئية في معامل خاصة. أما الأفلام التليفزيونية فأغلبها لا يحتاج إلى تحميض حيث يمكن مسح المادة الإعلامية المصورة وإعادة التصوير على الأجزاء التي تم مسحها على نفس الشريط "الفيلم".

نقترب من الخطوات الرئيسية لإنتاج العمل التليفزيوني وهي:

أولا: التصوير:

يتم وضع خطة التصوير بعد أن يتم الاتفاق على فكرة الموضوع المراد تصويره والخطة هنا تشتمل على جميع المشتركين في أعمال التصوير وكذلك الإدارة المستخدمة في التصوير مثل أعمال الإضاءة الكاميرات التليفزيونية، وأجهزة رؤية للصورة النهائية الخارجة من الاستوديو. أجهزة قياس الضوء والصوت، الأفلام المستخدمة ونوعيتها وطبيعتها سواء كانت أفلام "٣٥مم أو ١٦مم " أو أفلام كاست " أفلام الفيديو " أو الشرائح "السيدات".

ثانيا: الصوت:

يتم كذلك وضع خطة الصوت والتي تشتمل على أجهزة الصوت وأجهزة صدى الصوت وأجهزة قياس الصوت وأجهزة التخاطب بالسماعات وغيرها من هذه الأجهزة والآلات المرتبطة بالصوت.

ثالثا: الإضاءة:

يجب وضع خطة للإضاءة التي تشتمل على مجموعة الفنيين وأجهزة الإضاءة والكشافات الضوئية العادية والملونة والعاكسات وغيرها. مع الأخذ في الاعتبار أماكن استخدام الإضاءة هل هي داخل أو خارج الاستوديو بالإضافة إلى أماكن التصوير "خارجي – داخلي " "ليل أو نهار".

رابعا: السيناريو والحوار:

ويجب هنا دراسة الحوار والمعالجة التليفزيونية للفكرة أو الموضوع، ودراسة السيناريو الذي يركز على تفاصيل مشاهد كل لقطة " على الورق" والتي تشتمل على الوصف الدقيق للمشاهد والمناظر التي تكون مدونة ومرتبة وتحمل كل لقطة رقم ومكان التصوير ومدته الزمنية.

خامسا: التنسيق:

يتم دراسة الإنتاج التليفزيوني ونظام الإدارة والأجهزة الإدارية والمالية والفنية المعاونة ووضع أسس التنسيق بين كافة هذه الأجهزة وتحديد الاختصاصات للمشاركين في الإنتاج ومعرفة الارتباطات المالية والميزانيات المخصصة لكل مرحلة وعقود العاملين، والتكلفة المالية النهائية للإنتاج.

سادساً: المؤثرات الصوتية:

يجب دراسة جميع الأجهزة المعاونة المتعلقة بالمؤثرات الصوتية التي سيتم الاستعانة بها في أعمال الإنتاج التليفزيون ومدى صلاحيتها وكفاءتها واستخداماتها لنجاح النص.

سابعا: الديكور والملابس:

يتم كذلك دراسة وفحص أعمال الديكور والملابس، والاكسسوار ووسائل الإيضاح ومدى ملائمة هذه الأعمال للنص أو الفكرة واستجابتها لروح الحوار والسيناريو حتى يتحقق التكامل والنجاح.

ثامنا: التصوير وزمن اللقطات:

يجب هنا وضع الخطة الزمنية المناسبة وموعد التصوير الملائم وزمن اللقطات ودراسة حساب الزمن الإجمالي، ودراسة التصوير وهل هو في الصباح أو المساء

أو وقت الغروب أو الشروق وأجهزة التصوير والمرحات وحركات الكاميرا والتصوير الأفقي أو الرأسي أو استخدام المركبات أو التلى. الخ وهل سيتم التصوير داخل الاستوديو أم خارج الأستوديو. وهكذا.

تاسعا: الإخراج التليفزيوني:

وهنا يجب وضع خطة الإخراج التليفزيوني الذي يتركز في تحويل الفكرة الأساسية إلى مجموعة متتابعة من المشاهد المصورة واللقطات الفنية التي يجب في النهاية أن تعبر عن روح وجسد الفكرة الأساسية أو النص المعتمد ولا تخرج عليه والتي سيتم عرضها في نهاية الأمر على شاشة التليفزيون.

عاشرا: الماكساج:

وهي إحدى المراحل الهامة. فقد يحتاج الفيلم إلى إضافة أصوات قد تكون مؤثرات صوتية أو موسيقى وهذه الإضافات الهامة تسمى بالمكساج.

احدى عشر: المونتاج:

وتأتى مرحلة "خطوة" المونتاج التليفزيوني وهي المرحلة الأخيرة في إنتاج الفيلم التليفزيوني التي تجعل الفيلم جاهزا للعرض والمشاهدة.

وهكذا يعتمد إنتاج الفيلم التليفزيوني على مجموعة من الخطوات "المراحل" العناصر التي تتكاتف فيها الجهود لتنفيذ الفكرة أو الموضوع أو النص. وهذه العناصر هي فريق العمل الذي يقود العاملين ويعطى لهم التوجيهات والتعليمات، هو الذي يحرك الكاميرات من خلال تعليماته التي يصدرها لمجموعة المصورين. وللمخرج مساعدين يقومون بتأدية وظيفتهم المحدودة لهم، فمنهم من يلاحظ ويراقب الوقت المحدد للتصوير، ومنهم من يعطى ملاحظاته للممثلين، ومنهم من يدرس

الديكور والملابس والمناظر الملائمة للنص، ومنهم من يقوم بتحضير اللقطات والمشاهد أو اشراف على أعمال البروفات والتدريبات. الخ.

وهناك مدير الاستديو الذي يتلقى الأوامر من المخرج ليقوم بدوره بتبليغها للعاملين بالأستوديو، ومن فريق العمل كاتب الحوار والسيناريو، كما يضم الفريق المدير الفني الذي تكون مهمته الإشراف على النواحي الفنية والهندسية ومراقبة الكاميرا والميكروفونات وأجهزة وآلات ومعدات الإضاءة والتسجيل والمونتاج. إلخ. كما يضم فريق العمل مدير الإنتاج الذي يتولى ويراقب الأعمال المالية ومستلزماتها. بالإضافة إلى أعماله كمراقب مالي مسئول عن كافة الجوانب المالية من أجور وارتباطات مالية خاصة بالإنتاج. ويضم فريق العمل مهندس الصوت والمصور ومهندس الإضاءة ومراقب الكاميرا ومراقب التليسينما ومراقب الفيديو تيب بالإضافة إلى مجموعة العمال والعمال المساعدين. كما يضم فريق العمل مصمم الأزياء ومصمم الديكور والماكيير الذي يقوم بأعمال الماكياج والكوافير. إلخ

مجموعة القيم التليفزيونية

يعتمد التليفزيون اعتمادا اساسيا على التصوير لأن التليفزيون هو "المشاهدة" وهو "الكلمة" وهو " التسلية" وهو " التعليم والثقافة " وهو " الإبداع " وإذا حمى التليفزيون السينما " كصناعة وتجارة " فإن التليفزيون سيصبح حتما خطيرا على الأسرة والمجتمع لأنه دخل البيت بالقوة وبدون أن يستأذن صاحبه، ولأنه في هذا الشأن سيقوده التجار ورجال المال ويجمعون الأموال بتحريك القلوب والعواطف واستخدام الإثارة بموضوعات قد تكون مخربة للعقول.

لذلك تحرص بعض الدول على أن يكون هذا الجهاز التليفزيوني له أسسه وقواعده التعليمية والتربوية والترفيهية. وترفض بعض الدول التصريح بإنشاء القنوات أو المحطات التليفزيونية الخاصة. فإذا وصل محتوى مضمون التليفزيون إلى معدة الإنسان قبل عقله ستكون هنا الكارثة، فالإنسان الذي يريد تثقيف يجب أن يقدم له التليفزيون التثقيف الراقي المفيد بدلا من أن يغلقه ويبتعد عن مشاهدته.

والتليفزيون صراحة " يعطى للإنسان خلسة كل ما يشتهيه. وهنا نتحفظ بالقول بأن التليفزيون إذا دخل عالم الصناعة كالسينما أو فمعنى ذلك قرب نهاية التليفزيون. ومن هنا يجب أن نؤكد أن للتيلفزيون مجموعة من القيم يجب ألا يتخلى عنها، وهذه القيم تتمثل في القيم الفنية والجمالية والنفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية

أولا: القيم الفنية:

إن القيمة الفنية التي نقصدها هنا هي التقنية الفنية المتمثلة في التكنولوجيا الحديثة التي نجدها في آلات التصوير ومستلزماتها وأجهزة التسجيل وعملية بث الصور بالإضافة إلى أجهزة الإضاءة وأجهزة قياس الصوت والإضاءة وآلات المونتاج بالإضافة إلى الأفلام الخام المستخدمة في أعمال التسجيل وكذلك المؤثرات الصوتية.

ثانيا: القيمة الجمالية:

نقصد بالقيمة الجمالية ذلك الإبداع الفني واللغة المتميزة والعبرة التي تأتى من خلال القوالب الفنية التي يحدثها الفنان المثقف والتي تعتد أساساً على الموهبة والدراسة والقدرة التخيلية المتميزة، وتقديم "الكادر" أو اللقطات التي تحدث التفاعل والإعجاب والارتباط بينها وبين جمهور المشاهدين.

ثالثا: القيمة النفسية:

إن التليفزيون في الحقيقة التي نراها لا يؤدى أغراضه ووظائفه إذا انفصل عن الإنسان مشاكله وما يقدمه التليفزيون من أعمال لابد وأن يكون له مفعوله السحري في القدرة على التعبير والقدرة على تصوير الواقع الاجتماعي للفرد والجماعة والتليفزيون هنا "كالصحافة والإذاعة " هو وسيلة جيدة لتوصيل الكلمة للمشاهد.

رابعا: القيمة الحضارية:

يمكن أن نقول إن القرن العشرين قد شهد تطوراً عظيماً بالنسبة لوسائل الإعلام المتمثلة في القوة الثلاثية "الصحافة – الإذاعة التليفزيون" وأصبح العالم الكبير الواسع المترامي الأطراف مثل كرة صغيرة أو قرية صغيرة أمامنا تشاهدها على شاشة التليفزيون أو نسمعها في الراديو من خلال عشرات المحطات أو نطالعها من خلال تلك الصحف المتنوعة والمنتشرة في كل مكان ذلك من خلال الأقمار الصناعية والقنوات التليفزيونية الفضائية ووكالات الأنباء. إلخ. ويعتبر القرن العشرين "هنا" هو قرن الصور المتحركة والبث الفضائي والأطباق اللاقطة من بعد تستطيع بواسطتها التقاط البرامج من آخر الدنيا. ولا ندرى بماذا سيجئ لنا القرن الـ "٢١" القادم الذي سيطل علينا كمولود جديد بعد "٧" سنوات. أن تحفظ لنا تاريخ العالم داخل شريط تليفزيوني صغير مما يسهل عرضه على الأجيال في أي وقت ويستطيع الإنسان أن يرى البعيد وهو كائن في منزله أو مكتبه من خلال الشاشة الصغيرة. وقد شاهدنا بطولات العالم الرياضية وحرب الخليج ومسابقات ملكات جمال العالم والأحداث السياسية الخطيرة في أوروبا وأفريقيا وآسيا والأميركتين وغيرها بكل يسر وسهولة

خامسا: القيمة السياسية:

من البديهي أن معظم الأفكار أو الموضوعات التي يتم انتاجها في التليفزيون لها علاقة بالسياسة ووراء أي فيلم تليفزيوني أو أثر فني يوجد اتجاه سياسي وكثيراً ما نرى أفلام تليفزيونية تحمل في مضمونها أفكار سياسية أو تيارات سياسية مقصودة. وقد تلجأ بعض الحكومات على التأكيد لمنتجي الأفلام بألا يغفلون التيار السياسي من خلال مواقف أو رموز معينة وهكذا.

سادسا: القيمة الاجتماعية:

التليفزيون في حقيقة الأمر أداة ووسيلة اتصال جماهيرية قوية فهي تحقق "ثلاثية الاتصال المعروفة " بين المرسل والرسالة والمرسل إليه، والتليفزيون هو مرآة المجتمع، وهو الذي يقدم ويحلل وينتقد، ولا يخلو أي عمل أو فكرة إلا ويكون المجتمع طرفا أساسيا فيه لأن المستقبل أو المتلقي هنا "المرسل إليه" نحن جميعا سواء كنا أفرادا او جماعات.

الدوبلاج Double:

وتعنى الكلمة نقل الفيلم من لغته الأصلية نقلا كليا عن طريق إضافة الصوت سواء كان حوارا أو تعليقا أو مؤثرات صوتية وغيرها ليناسب البلد التي يتم عرض الفيلم فيها، وتسمى " نسخة العرض" وترتبط هذه الفكرة ارتباطاً وثيقاً بفكرة الوطنية، والاعتزاز بلغة الوطن حتى يتسنى للمشاهدين فهم أحداث المادة الفيلية المصورة، وإدراك ما يدور فيها من معان من خلال الصوت. وتهتم محطات التليفزيون العربية منذ افتتاحها بدبلجة الأفلام الأجنبية إلى اللغة العربية، وخاصة الأفلام القصيرة وبعض الأفلام الطويلة مثل فيلم عمر المختار والرسالة. الخ، بالإضافة إلى دبلجة الأفلام ذات الصبغة الإنسانية، أو العملية أو التاريخية الهادفة من

لغاتها الأصلية إلى اللغة العربية. وذلك تمشيا مع دورها في نقل روائع الغرب. وتبدأ العملية بترجمة حوار الفيلم الأصلي إلى اللغة العربية من النص الأصلي للفيلم، وإن لم يكن هناك نص مكتوب تتم الترجمة الفورية عن طريق السمع، وبعد أن تتم الترجمة يعهد بها إلى كتاب النصوص أو المحررين لصياغة الحوار بما يتمشى مع موضوع الفيلم من ناحية. ومع الذوق العربي من جهة أخرى. ويتم عرض الأفلام في غرف مظلمة وباستخدام "وفيولا" صغيرة.

إعداد النصوص:

بعد أن يأخذ المحرر قائمة باللقطات والمشاهد المصورة تمهيدا لتحرير النص للتنفيذ فور الانتهاء من توليفها يشرع في كتابة النص النهائي الذى يستخدمه المخرج في التنفيذ ، حيث يسجل المخرج الإرشادات التلفزيونية الخاصة بالصورة على النص ويطلق البعض عليه نص الكاميرا Camera Script لكنى أعتقد أن نطلق عليه "النص النهائي" الذى يستخدمه المخرج ويوضح له الأسس التي يستخدمها في عملية التجميع الإليكتروني للمواد المصورة التي تكون الصورة من مصادرها المتعددة ، والتي سبق أن ذكرتها فيما قبل خاصة لأن المخرج هو الذى يتولى تنفيذ النص على الهواء ، حيث يعطى تعليماته بالقطع من كاميرا إلى أخرى أو بإدخال الجزء الفيلمى أو الجزء المصور على شريط فيديو ، وكذا استخدام المؤثرات الصوتية أو الموسيقي ، أو صوت وصورة مذيع التليفزيون الموجود داخل "البلاتوه" باختصار يوضح النص الجوانب المسموعة أو العناصر المرئية Viuals المستخدمة في العرض التليفزيوني ، لهذا فكاتب النص التليفزيوني يجب أن يفكر

أولا في اللقطات والمشاهد المصورة التي تكونها والكيفية التي تظهر بها يدعمها بالكلمات المصاحبة لتكمل عمل الصورة .

وإعداد برامج التليفزيون يتطلب فهم هذه الوسيلة وإمكانياتها ، لأن الذى يكتب للتليفزيون دون دراية بإمكانياته لا يقدم النص الجيد الذى يمكن تنفيذه وتجسيده لهذا يجب على كل من يفكر في إعداد وبرامج التليفزيون أن تكون لديه الخبرة بأسلوب التعامل التليفزيوني ، حتى يمكن أن يطرح أفكاره في صور حية ومشاهد ولقطات متكاملة ، وبالتالي أجد لزاما عليه أن يؤهل نفسه لمعرفة السمات والخصائص التي تميز التليفزيون ، حتى يتمكن من استغلالها ، والاستفادة بها في كتابته لمختلف برامج التليفزيون ، كما يعرف أو جه القصور حتى يمكن تلافيها ، فمثلا تستطيع عدسات كاميرات التليفزيون أن تركز على التفاصيل المرئية وتكبر الأشياء المتناهية الصغر، وبالتالي أجد أن من الأفضل أن يستعمل الكاتب هذا الخاصية التي تسهل له كشف جوهر معين يجب توضيحه للمشاهدين ، وكثيرا ما تستخدم هذه اللقطات للتشويق في النص ، فنعلم أن اللقطات المكبرة لجزء أو لتعبير معين أو لحركة معينة يضيف معانى جديدة ، ويجعلها أقرب للواقع ، وبالتالي يزيد من فرص الإقناع ، هذا الإضافة إلى أن هذا الأسلوب يسهل رواية النص بسهولة وبسرعة كما يزيد من فعاليته وشدة تأثيره على المشاهدين.

ولما كانت مساحة شاشة التليفزيون محدودة فلا يمكن أن يزحم النص الشاشة بالعديد من شخصياته، أو عناصره المرئية الأخرى، كالديكورات لأن عدسة التليفزيون إذا قدمت المجاميع من الناس أو الديكورات الكثيرة فتفضيل التفاصيل المرئية ونقل الرؤيا ويتناقص التأثير.

وأرى أن كاتب النص الجيد يجب أن يحسن استغلال هذه الحقيقة، فيحرك الأحداث بطريقة مستمرة ومتغيرة من ديكور إلى آخر ليتلافى ازدحام الديكورات. ويزيد من الحركة، كما يقلل من الشخصيات، لأن التليفزيون وسيلة لا تنجح فيها المجموعات أو المناظر الشاسعة بقدر ما تكشف عن النفس البشرية أكثر مما تفعله أية وسيلة أخرى.

ارتباط النص التليفزيونى بعناصر التعبير المرئى:

كذلك على كاتب النص التليفزيوني أن يلم بعناصر التعبير التليفزيوني كالديكور والإكسسوار والمكياج والملابس والمؤثرات المرئية والصوتية وخاصة أنها فنون تساعد النص المكتوب، وأصبحت جميعها عناصر هامة لا يمكن الاستغناء عنها في مختلف البرامج، وتجمعها بالنص علاقة واضحة، لأنها تساعد في توصيل المفهوم الذي يريده معد البرنامج وكاتبه إلى جمهور المشاهدين، فمثلا يكشف الديكور عن المكان كغرف النوم أو المحال أو المكتبة. الخ، كما يكشف عن العنصر الذي نعيشه وبذلك يعطينا عددا من الحقائق والمعلومات الهامة وبما يخدم النص المكتوب.

كذلك الاكسسوار الذي يكشف عن خصائص الشيء التابع له، ونجد الديكور والاكسسوار يلعبان الدور الذي تلعبه الصفات في القصص الروائية، فيقول القصاص امرأة غنية بينما يظهر كاتب النص عليها مظاهر الثراء كأن ترتدى أغلى الثياب والمجوهرات الثمينة ولهذا أوكد على العلاقة بين النص والديكور والاكسسوار. لأنهما كما سبق أن أوضحنا يكشفان عن العديد من الصفات كالفقر

والغنى والقذارة والجمال، وبالتالي يمكن في وجودهما إضافة العديد من المعاني التي تطلبها مشاهد التليفزيون وبرامجه كالزمان والمكان والشخصيات. الخ ، وما يقال من الديكور والاكسسوار، عن الديكور والاكسسوار، يقال عن الملابس والأزياء، التي تعتبر وسيلة من وسائل التعرف على الشخصيات، فهي التي تحدد الوطن ، والجنس والمستوى الاجتماعي ، ونوع الشخصية ، ولها أهميتها البالغة في إبراز موضوع النص ومدى انسجام الصورة أو تعارضها مع المشاهد والكلمات وتعتبر عنصراً من عناصر القصة ذاتها ، وفى بعض الأحيان تلعب دورا رمزيا في العمل التليفزيوني، ولها أثرها النفسي على المشاهد، كما تضفي على الشخصيات الصفات التي يريدها الكاتب كملابس المهرج، والأزياء الرسمية والخاصة لبعض المهن !!

ومن جهة أخرى يعاون المكياج Makeup في ترجمة وتحويل معلومات النص إلى مصطلحات مرئية Visual Terms، حيث يساعد النص في إبراز الشخصيات، ويعلب دورا واضحا في إظهار العديد من المعاني، مما يساعد في إبراز النص وتجسيده وتوضيحه، فقد يحدد النص صفات شخصية معينة يعاون المكياج في وصفها بشكل واضح، كتغيير ملامح الوجه، أو إظهار العاهات، وتكوين الشعر بما يحقق العمر الزمنى للشخصية، أو في إظهار البلاهة، أو إظهار بعض الحالات النفسية التي تعاني منها شخصيات النص. كذلك تتطلب طبيعة التليفزيون وإمكانياته البصرية الاستفادة من المؤثرات المرئية الخاصة ، وكذا الصوتية، والتي تستخدم في إنتاج مختلف البرامج ، وفيما يتصل بالمؤثرات المرئية نجدها نوعين الأول مؤثرات طبيعية ، تصور أو تسجل في مواقها على أفلام ١٦

– ٣٥مم أو شراط فيديو .VTR ، والثاني مؤثرات مرية صناعية ،ويطلق عليها مؤثرات خاصة ، لأن تنفيذها يتطلب تشغيل أجهزة ومعدات خاصة، ومنها المؤثرات البصرية ، والتي تستخدم فيها مختلف أنواع المنشورات والأجهزة الزجاجية الأخرى كالمرآة والتي تستخدم في صنع الحيل الفنية كقلب صورة أو دورانها للتعبير عن حالة معينة وكذا المؤثرات التي يتم إنتاجها داخل الاستديو ، حيث تتطلب بعض فقرات النصوص إسقاط المطر أو الجليد أو استخدام المأكولات المختلفة ، وبالطبع يتم استخدام المأكولات التي لا تؤثر فيها شدة الحرارة الناتجة عن معدات الإضاءة ، ومنها مؤثرات كيمائية، كاستخدام بعض المحاليل والعناصر الكيميائية في إنتاج بعض المؤثرات المرئية كاللهب والدخان والثلج والضباب والزجاج سهل التحطيم ، والتي تطلبها مشاهد النصوص ، ومنها أيضاً المؤثرات الميكانيكية ، وهى متنوعة ومنها على سبيل المثال استخدام الرشاشات في اسقاط المطر والمدافئ لإظهار النيران أو الحرائق، والمسدس الذى يستخدم في إطلاق الطلقات المحشوة بكبسولة الشكولاتة، بدلا من الرصاص أو الصبغة النباتية التي يمسك بها شخصيات البرامج الدرامية ليسيل الدم منها

المؤثرات الالكترونية الخاصة بالتليفزيون:

تعتبر المؤثرات الالكترونية من خصائص التليفزيون دون غيره من وسائل الإعلام، وتعتبر أجود وأحسن المؤثرات المرئية الخاصة، كما أنها أكثر استخداما وشيوعا في مختلف برامجه، وتستخدم بهدف جذب انتباه المشاهدين، كالقطع Cut

والتليفزيون وسيط جديد لا يكف عن طلب المزيد من عبقرية الفنانين في كافة المجالات، وكلنا نعلم أن الإنتاج التليفزيوني سواء كان دراما أو منوعات.

ويتوقف نجاحه على عدة عوامل:

١- النص الجيد: القصة والحوار والحبكة القصصية وكلها تعد من الناحية الموضوعية للبرنامج.

٢- إجادة الممثلين لأدوارهم: وهي وسيلة عرض الفكرة على الجمهور.

٣- الإخراج الجيد: وهو الصورة أو الكيفية التي يخرج بها العمل للجمهور.

٤- الديكور: وهو لا يقل أهمية عما ذكر، وقد نرى بعض التمثيليات من غير ديكور والغرض من ذلك عدم إشغال الجمهور بالخلفية للتركيز على الأداء.

٥- إكسسوار: ومعناه الحرفي مكملات المنظر.

٦- المكياج: وهو فن التنكر بالإضافة إلى الأزياء والأثاث والخطوط ووسائل الإيضاح.

العناصر البشرية الأساسية

بالإضافة إلى العاملين في الخدمات الإنتاجية يحتاج الأمر أيضا إلى تضافر جهود عدد آخر من العناصر البشرية وهم:

١- المذيع Announcer.

٢- قارئ النشرة News reader.

٣- مقدم برامج المنوعات Master of Ceremony (M.C.).

٤- المصور Camera Man.

٥- المنادى Call boy.

٦- عامل الميكرفون Boom operator.

٧- عامل الموسيقى Grime operator.

٨- مشرف الإضاءة Lighting supervisor.

٩- المنتج Producer ويستخدم بمعنى مخرج أيضا.

١٠-مساعد الإنتاج – الإخراج Production assistant

١١-فني الصوت Sound mixer وهو المسئول عن جميع الأصوات الخارجة من الاستوديو.

١٢-مدير الاستوديو Studio Floor manager F.M ممثل المخرج داخل الاستوديو Studio manager.

١٣-مهندس الصوت operator يعطى المؤثرات الصوتية من غرفة التحكم الصوتي.

١٤-التليسين Tele-cin .

١٥-المسئول عن المزج Vission mixer يقوم حسب تعليمات المخرج بتنفيذ القطع أو المزج بين الكاميرات أو تلاشى لقطة – داخل أخرى.

١٦-مراقبة النص – سكرتيرة المخرج Script girl.

١٧-مشرفة ارتداء الملابس (اللبيس) Dresser

أنواع الاستوديوهات بالتليفزيون:

استوديو التنفيذ:

وهو استوديو صغير الحجم ومخصص لبث البرامج على الهواء ومساحته قد لا تقل عن ٣٠ مترا مربعا ولا يزيد على ٣٥٠ مترا مربعا.

استوديو الإنتاج:

وهو استوديو ضخم يتسع لإنتاج البرامج والتمثيليات والمنوعات وهو كبير المساحة حيث يبدأ من ٣٥٠ مترا مربعا ويصل إلى أكثر من ١٠٠٠متر مربع.

استوديو التليفزيون يختلف من ناحية المساحة والتجهيزات، فهناك الاستوديو التليفزيوني وهو معالج من النواحي الصوتية ومجهز بعدد (٢) كاميرا أو ٣ كاميرات أو أكثر، على حوامل تسير على عجلات وتغير مواقعها لتلتقط المشهد من أي زاوية.

وكل كاميرا لها وحدة مراقبة وجهاز رؤية Monitor في غرفة المراقبة، ويصبح لكل كاميرا صورة يراها جميع العاملين في غرفة المراقبة على شاشات مختلفة. كما أن جميع الكاميرات تقوم بعمليات الالتقاط في نفس الوقت لكن لا تذاع منها إلا واحدة فقط، والعاملون في غرفة المراقبة يرون جميع الصور التي تلتقطها الكاميرات في نفس الوقت سواء على الشاشات بوحدات الرقابة على الكاميرا أم على أجهزة المونيتور الخاصة، وهناك مساعد مخرج لكل كاميرا.

وفى الوقت الذي تكون فيه الكاميرا رقم (١) مستخدمة، تضبط الصورة المأخوذة بالكاميرات وهكذا تظهر المشاهد على الهواء الواحد تلو الآخر.

وعملية النقل يقوم بها أحد المهندسين يسمى Switcher أو المسئول عن الإنتاج الإلكتروني، والمخرج والعاملون يرون ما يذاع على مونترو يسمى المونيتور الرئيسي، أو المونيتور الخطى، أي الخارج من غرفة المراقبة إلى خط الإرسال.

وغرفة المراقبة بها أجهزة مونتير أخرى يأتيها من كل وحدة من وحدات الأفلام والشرائح والمناظر الثابتة وجميعها تمر بغرفة المراقبة أولا قبل انتقالها على الهواء.

ويمكن أيضا مشاهدة المؤثرات الخاصة مثل مزج صورتين إحداهما فوق الأخرى على المونيتور الخاص بالاختيار ويستخدمه المخرج لاختيار الصورة.

وأجهزة ال صوتaudio يشغلها مهندس الصوت مستقلة تماما عن الفيديو وأجهزة إنتاج الصورة. وهناك جهاز المراقبة الصوتية ويتحكم في جميع الميكرفونات وأجهزة إرسال الأسطوانات.

والميكرفونات إما محمولة على Booms وهي حوامل كبيرة طويلة مثل تلك المستخدمة في استديوهات السينما، أو صغيرة مثل الإذاعة الصوتية أو على الموائد أو تخبأ داخل المناظر بين الدعامات.

العاملون فى غرفة المراقبة:

١–المخرج.	٢–مساعد مخرج أو أكثر.

٣–المدير الفني.	٤–مهندس أو مهندسو الفيديو.

٥-مهندس الصوت.	٦–مساعدون لإدارة الجرامافونات وأجهزة التسجيل.

٧-مساعدون وسكرتارية.

العاملون داخل الاستوديو:

١- وراء كل كاميرا مصور وقد يكون له مساعدون في حالة الكاميرات الضخمة التي تسير على عربة.
٢- عمال لحمل الميكرفونات.
٣- مدير الاستوديو وهو ينقل تعليمات المخرج إلى الممثلين ويؤدى نفس عمليات المخرج.

وهناك الاخرين:

١- مساعد المخرج (أول وثاني).
٢- المخرج المنفذ.
٣- مهندس الديكور.
٤- مساعدو مدير الاستوديو.
٥- مساعد النص.
٦- الكلاكيت
٧- عامل الاكسسوار .
٨- الماكيير .
٩- المونتير .
١٠-مراقب الكاميرات

يبدأ إعداد برامج التليفزيون بتلقي الأفكار أو المعلومات من مصدرها ليتم تشكيلها حسب نوعية البرنامج ونوعية جمهور المشاهدين حيث تتعدد برامج التليفزيون فهناك البرامج الإخبارية والبرامج الثقافية والرياضية وغيرها

عملية الإعداد التليفزيوني

هو إنتاج شيء جديد في صياغته أو شكله وإن كان العناصر التي كونت هذا الشيء الجديد موجودة من قبل.

العوامل التي يجب أن تتوافر في معد التليفزيون

يتطلب الإعداد التليفزيوني من صاحبة:

١- **القدرة على تجسيد أفكاره ومعلوماته** في صور ولقطات ومشاهد مرئية على اعتبار أن التليفزيون صورة مرئية في المقام الأول.

٢- **اختيار مكونات النص** من كلمات وجمل وفقرات تؤدي المعني بوضوح.

٣- **يفكر المعد أولا في اللقطات والصور والمشاهد المصورة** التي تكونها والكيفية التي تظهر بها الأفكار والمعلومات لتكمل الصورة.

٤- يعمل معد برامج التليفزيون تحت قيود الزمان والمكان

٥- **أن يلم بعناصر التعبير التليفزيوني** ومعداته ويختار منها ما يجسد مشاهد لينجح في توصيل مفاهيمه إلى مشاهديه بل ويستحوذ على اهتمامهم منذ اللحظة الأولي وحتى نهاية البرنامج باستخدام أساليب التشويق المتعددة

التحرير بالنسبة للتليفزيون:

التحرير بالنسبة للتليفزيون يعني **تحرير النص والصورة** ويطلق الخبراء على التحرير بالصورة Editing Films & Video tapes ويسميها الباحثون والعاملون في المجال بالتوليف وتهدف عملية التوليف إلى تجميع اللقطات الفيلية أو التجميع الإليكتروني للمادة المصورة لبرنامج معين عن طريق المونتاج وتعني اختيار وترتيب اللقطات المصورة وفقا لتسلسلها وترتيبها الموضوعي المطلوب لخلق تأثير فني مطلوب أو معني إضافي معين قد يتعدى المعني الخاص الذي تعبر عنه اللقطات وبالتالي توسيع إطار.

ويستخدم التليفزيون **نوعين من المونتاج** هما:

المونتاج الفيلمين والمونتاج الإليكتروني، ولابد للمعد التليفزيوني من أن يفهم عملية توليف المواد المصورة على اختلاف أنماطها

أولا: المونتاج الفيلمين

يعتبر أقدم أنواع التوليف ويتعامل مع الأفلام علي اختلاف أنواعها والعمل الأساسي في المونتاج الفيلمين هو تقطيع الفيلم لأبعاد اللقطات غير المطلوبة أو غير الصالحة ثم تجميع و ترتيب ما تبقي من لقطات وربطها ببعضها مع مراعاة تسلسل الموضوع وفقا للنص المكتوب ولتكون قصة أو موضوعا متكاملا والشخص الذي يقوم بهذه المهمة يسمي مؤلف الأفلام أو المونتير بمساعدة معد الفيلم ويتم عملية المونتاج في غرف مظلمة حيث يتخذ المعد أو المحرر القرار الأكبر أهمية

فيما يتصل بالمادة المصورة ويترك الجوانب الفنية المحضة للمونتير الذي يجعل من الصور واللقطات عملا فنيا متكاملا

ومن المعدات الضرورية أيضا مقص وضاغط وشرائط البوليستر اللاصق أو مادة لاصقة وجهاز كحت أو شفرة لإزالة الطبقة الحساسة من على الجزء الذي يتم لصقه على شريط الفيلم وتقوم الماد اللاصقة بتليين مادة الفيلم موضع القطع والتحامها مع اللقطة الأخرى بواسطة الضغط وطبيعي يجب أن تراعي النظافة التامة عند تنظيف مكان اللصق قبل وضع المادة اللاصقة كالأسيتون وبعد عملية التوليف أيضا.

ثانيا مونتاج الفيديو

(أ) المونتاج الإليكتروني: ويمتاز هذا النمط بأنه يشكل الصورة بأقل شورة ممكنة إذ أن تغيير الصورة يتم في جزء من مليون من الثانية وتتنوع أنماط المونتاج الإليكتروني ويمكن تقسيمها إلي:

(ا) المونتاج الإليكتروني الذي يتم عند إذاعة البرامج حية على الهواء مباشرة من داخل الأستوديو بواسطة المحول إلى يمكننا من اختيار أية إشارة مرئية من الإشارات الداخلة له بسهولة كما يمكن اختيار الصوت المصاحب للصورة الحية.

(ب) المونتاج الإليكتروني للبرامج المسجلة على شرائط الفيديو حيث يتم نقل الفقرات المطلوبة من شريط لآخر وتتميز بالسرعة والدقة ولكنها تتطلب إلى وحدات غالية الثمن لمونتاج الفيديو Video production Apparatus وبدأت تنتشر في محطات الإذاعة والتليفزيون لاعتمادها بشكل واسع على شرائط الفيديو المتنوعة الأحجام.

وطبيعي يفضل أن يتم التوليف إليكترونيا لما يمتاز به من سرعة ودقة متناهية في انتقاء اللقطات كما يمكن إضافة المؤثرات الإليكتروني كالقطع والمزج والاختفاء والظهور التدريجي ... الخ كما تزود بذاكرة إليكترونية يمكن اختزان المعلومات المطلوبة ليتم تنفيذها بدقة متناهية.

مكساج الأفلام Mixage

وتعني إضافة المؤثرات الصوتية والموسيقية والتي لا يمكن تسجيلها أثناء التصوير للمشاهد الصامتة لتعطي **مزيدا من الواقعية** للمادة المصورة وتتنوع المؤثرات الصوتية التي تستعمل لأداء كثير من الأغراض التي توسع إطار الصورة كما يحدث في اللقطات التي توضح المكان أو تحدد الوقت أو توجه اهتمام المشاهد وعاطفته أو تساعد في توفير الجو النفسي المطلوب. الخ، وتتم هذه العملية بعد الانتهاء من عملية المونتاج الفيلمي وتعتبر من أدق العمليات الفنية في الأفلام.

الدوبلاج Doublage

وتعني الكلمة نقل الفيلم من لغته الأصلية نقلا كليا عن طريق إضافة الصوت سواء كان حواريا أو تعليقا أو مؤثرات صوتية وغيرها ليناسب البلد الذي يتم العرض فيه وتسمي نسخة العرض وترتبط هذه الفكرة ارتباطا وثيقا بفكرة الوطنية والاعتزاز بلغة الوطن حتى يتسنى للمشاهدين فهم أحداث المادة الفيلمية المصورة وإدراك ما يدور فيها من معان من خلال الصوت

تدريبات الفصل الرابع

تحدث بالتفصيل عن

١-خصائص التليفزيون...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

٢-القيم التليفزيونية وعناصر التعبير المرئي.......................

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

الفصل الخامس
البرامج التليفزيونية المتخصصة

*البرامج الثقافية

*برامج المنوعات

*البرامج العلمية

*برامج الشباب

*برامج المرأة

*البرامج الرياضية

*البرامج الدينية

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل يجب ان يتعرف الدارس على:

البرامج الثقافية

***برامج المنوعات**

***البرامج العلمية**

***برامج الشباب**

***برامج المرأة**

***البرامج الرياضية**

***البرامج الدينية**

البرامج الخاصة

والبرنامج الخاص من شأنه أن يتوجه أساسا إلى الصفوة أو فئة معينة أو طائفة خاصة من المستمعين. قد تكون هذه الفئة من الأطباء أو المهندسين أو المحامين. وقد تكون البرامج الخاصة كالبرامج التعليمية مثلا مخصصة لتلاميذ المدارس أو طلاب الجامعات، وقد تكون هذه البرامج مخصصة للشباب أو الأطفال أو المرآة أو العمال أو الفلاحين. وهكذا ويشترط هنا أن تكون هذه البرامج الخاصة مناسبة للفئة أو الموجهة أساسا لها، وأن تحتوي على المصطلحات والأفكار التي تتناسب مع الفئة أو الطائفة المعينة، كما يجب أن تكون نصوص هذه البرامج جذابة وتثير الانتباه وتؤدي إلى استجابة حقيقية للنص وما يحمله من مضمون

البرامج الثقافية

يمكن تعريف البرامج الثقافية بأنها البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي تتوجه أساسا إلي جمهور المستمعين بهدف التثقيف العام والخاص. ونقصد بالخاص الذي يتوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء. والبرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الانتشار الثقافي من الكبار إلى الصغار في حركة ديناميكية، كما تقوم على نماذج لها قدر من العمومية وعلى تبسيط المعارف، والخبرات تبعا للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة، وبعبارات مختلفة عن تلك التي تستعمل في الحياة اليومية ينبغي أن يقوم البرنامج الثقافي على عدة معايير أساسية:

١/أن يعتمد على تبسيط لا يهبط بمستواها.

٢/أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة.

٣/أن تتنوع البرامج الثقافية بحيث تحقق التكامل بين فروع الثقافة المختلفة.

٤/أن ترتبط هذه البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة التي تميزه عن التعليم من ناحية وعي الإعلام والترشيد من ناحية أخرى.

: برامج المنوعات

وهي برامج ذات طبيعة خاصة تتسم عادة بالترفيه والتسلية وهذا النوع من البرامج متنوع ومتعدد الأغراض ويتسم بالخفة كالبرامج الغنائية والفكاهة والموسيقية. وهناك قواعد خاصة لابد أن تراعى عند تقديم هذا الصنف من البرامج مثل:

١/بساطة وسهولة المادة الإعلامية المذاعة.

٢/أن تكون مرتبطة بعادات وتقاليد وتراث المستمع.

٣/أن يتم إعدادها بطريقة تجذب المستمع وتتيح له الفرصة بالاستمتاع والتسلية.

٤/أن يراعي فيها البساطة واليسر والسهولة وتتيح للمستمع فرصة التفكير عما تحتويه هذه البرامج من مضمون كبرامج المسابقات والذكاء. الخ.

٥/أن يستهدف منها التثقيف العام ورفع ذوق المستمع وتنمية معلوماته.

برامج الاطفال

أولا: ما هو مفهوم برامج الأطفال:

البرامج التي تقدم للأطفال وهي برامج تعتمد عادة على ما يستهوي الأطفال من رسوم متحركة وخاصة أفلام الكارتون والعرائس وتستهدف غرس القيم والعادات الطيبة في النفوس الأطفال وهي تعد بطريقة يغلب عليها طابع الألعاب والمسابقات والحكايات بأسلوب قريب من نفس الطفل كما تشير الإحصائيات.

<u>متى يبدأ الطفل في مشاهدة التليفزيون:</u>

يشاهد الطفل التليفزيون عندما يبلغ عامه الثاني مشاهدة غير مقصودة إذ من المحتمل أن تستحوذ الأصوات المنبعثة من التليفزيون على مسامع الطفل أو صورته الزاهية عندما يمر أمامه أثناء مشاهدة أحد أفراد الأسرة لبرنامج ما فإذا ما تكرر حدوث ذلك اكتشف الطفل فيه شيئا شاغلاً أو ما أن يبلغ عامه الثالث حتى يتحول الانشغال بالصوت أو بالصورة أو بكليهما إلى ميل واضح لمشاهدة برامج دون أخرى أو عادة ما تكون هذه البرامج من برامج الأطفال التي تستقي معظم مواضيعها من الخيال ثم يبدأ إعجابه ببرامج المغامرات ، وما أن يبلغ ستة أعوام حتى يكون اتجاها خاصا في مشاهدة البرامج التليفزيونية .

وقد دلت الأبحاث على أن التليفزيون من أكثر وسائل الإعلام انتشاراً بين الأطفال في سننهم المبكرة أو أن نسبة كبيرة جداً منهم تشاهده بصفة منتظمة، ولذلك فالتليفزيون مصدر رئيسي من المصادر التي تعرض على الأطفال حياة البالغين وصورة المجتمع.

من الأسباب التي تعجل بدخول التليفزيون في حياة الأطفال وجود الطفل عضواً في عائلة كبيرة العدد فيؤدي ذلك إلى زيادة فرص اشتراكه مع أخواته إخوته الكبار أو والديه في مشاهدة البرامج أو يؤثر اتجاهاتهم نحو استخدام التليفزيون على اختياره للبرامج وكمية الوقت الذي يقضيه في المشاهدة فمن المحتمل أن يكتسب الطفل الذي ينشأ في عائلته يتسم أفرادها الكبار بالقدرة على الاختيار الواعي للبرامج وبقضاء وقت معقول في مشاهدة التليفزيون هاتين السمتين.

وهناك أسباب أخرى تتحكم في توقيت بداية مشاهدة الطفل للتليفزيون يأتي في مقدمتها ذكاء الطفل فقد اتضح أن الأطفال الأذكياء يسبقون من دونهم في الذكاء إلى مشاهدته أو يقضون فيها دون العشرة وقتاً أكبر مما يقضيه في ا لمشاهدة إذا ما قورنت بغير الأذكياء ، فلا يستمرون على رأس القائمة من حيث كثرة ساعات المشاهدة ، لأنهم يكتشفون وسائل تسلية أخرى غير التليفزيون كقراءة المجلات أو الكتب أن يقضون وقتاً غبر قصير في دراستهم وتخاطبهم الاجتماعي فلا ينبغي لمشاهدة التليفزيون إلا القليل ، ومن ثم يحاولون استغلال هذا الوقت في مشاهدة برامج جيدة ، ونتيجة لذلك يكون الطفل الموهوب أقدر على الاختيار الواعي للبرامج التي تناسبه ويستفيد منها في مجال التسلية والمعلومات العامة .

إلى أن الطفل الذي تجاوز عمره سن الثالثة يقضي سدس ساعة يقظة اليومية أمام الشاشة الصغيرة، فإذا بلغ سن السادسة تكون المدة التي يقضيها في متابعة برامج التليفزيون معادلة لتلك المدة التي يقضيها في المدرسة، وقد تفوقها، حيث أشارت إحدى الدراسات إلى أن الأطفال يقضون في مشاهدة التليفزيون وقتا أطول مما يقضونه بالمدارس.

وتصبح للطفل برامجه المفضلة، والتي يرغب في مشاهدتها التليفزيون دون وسائل الإعلام الأخرى بأن ها نشاط أسري، حيث لاحظنا في إحدى دراساتنا الميدانية أن هناك جماعات مشاهدة تنشا في البيوت، ويصبح التليفزيون كجهاز إعلامي ليس أقل أهمية من الدروس التي تقدمها المدرسة، وأن المعلومات الهامة والثقافة الواسعة يمكن

أن يقدمها التليفزيون، والذي قد يتفوق على الاتصال الشخصي ذاته في قدرته على تكبير الأشياء المتناهية الصغر، وتحريك الأشياء الثابتة.

وبمزيد من التفصيل أشارت دراسة هامة أخرى أن الأطفال يقضون ساعتين ونصف الساعة في الأيام العادية، ترتفع لتصبح ثلاث ساعات ونصف الساعة في أيام العطلات ويمكن أن تسهم برامج التليفزيون في التكوين العلمي والاجتماعي والثقافي أكثر مما تسهم به الوسائل التقليدية كما يمكن أن تثري فكر الطفل وحسه بالخبرات التي تجلب إليه رسائل مصورة ذات معنى بما يزيد في حصوله على المعلومات ،وتزيد من رصيده اللغوي ، وتساعده في مواجهة مشكلاته اليومية ، كما تنمي قدراته المبدعة ، والتي يتواصل من خلالها مع العالم الواسع، وبلوغ المطامح بعيدة المدى في عصر المعلومات الذي نعيشه .

كما نهدف برامج الأطفال إلى تدعيم القيم الإيجابية في نفوس الأطفال والتركيز على تنمية الإحساس والتركيز على تأكيد المثل والسلوكيات الإيجابية في نفوس الأطفال، كما يعمل التليفزيون على غرس العقيدة السماوية، وتجلية حقائق الإيمان، وتقديمها للطفل في صورة مبسطة وإلقاء الضوء على الهوايات والرغبات.

التي تشيع الكثير من حاجاته، والتي تهم الطفل، وكذلك تنمية مواهبه، وتشجيع الأطفال على إظهار ميولهم واتجاهاتهم، وتنمية الجوانب الإيجابية الطيبة المواتية فيهم

نشأة برامج الأطفال التليفزيونية:

اهتم التليفزيون المصري منذ نشأته ببرامج الأطفال وكانت من أهم البرامج التي عمل المسئولون على دراستها.

وتستهدف برامج الأطفال توجيه النشء توجيها صحيحاً وتربيتهم تربية أخلاقية وتبعث فيهم الفضيلة والشفاعة وتنمية مواهبهم وتزويدهم بالمعلومات.

وأنشئت مراقبة الأطفال تقوم بإعداد وتقديم البرامج المختلفة في ميدان الأطفال بقصد توعية جيل النشء الثوري الاشتراكي الجديد ببث المثل المختلفة فيه وإنماء روح التعاون والثقة والاعتماد على النفس.

من أهم برامج الأطفال التي قدمها التليفزيون المصري في بداية إرساله برنامج جنة الأطفال الذي كان يذاع طوال أيام الأسبوع ما عدا يوم الخميس ولمدة نصف ساعة ويعمل على ربط الأطفال به ويشاركهم أعياد ميلادهم ويدعوهم إلى الأستديو هات ويقدم حلقات خاصة في المناسبات الوطنية والدينية.

كما يقدم التليفزيون خلال هذه الفترة أي برنامجا أسبوعيا لمدة ساعة يوم الخميس وهو نادي الأطفال وشغلت برامج الأطفال خلال شهر أكتوبر الساعة ٣,٥ بنسبة ١,٣ % من إجمالي إرسال القناة الأولى والبالغ ٢٨٠ ساعة، كما شغلت ١٨,٦ ساعة بنسبة ٠,٧ % من إجمالي الإرسال القناة الثانية البالغ ٢٥١,٥ ساعة

ويصعب حصر برامج الأطفال التي قدمها التليفزيون المصري منذ بدء إرساله لعدم وجود أرشيف لحفظ نصوص هذه البرامج ويمكن الإشارة إلى أهم البرامج التي قدمها على النحو التالي:

قدم التليفزيون خلال متصف الستينيات عدة برامج منها عصافير الجنة، مجلة الدنيا الجديدة، الرسوم المتحركة، قصة تمثيلية، فنون الأطفال، نادي الأطفال، جنة الأطفال، وحدوته قبل النوم.

من برامج الأطفال التي قدمها التليفزيون في أوائل السبعينيات برامج عصافير الجنة وفتافيت السكر وصبيان وبنات وحمادة وعم شفيق وحكايات ماما علية، أبناء بلدنا والعاب وتسالي.

ومن البرامج الأطفال التي قدمها التليفزيون في منتصف السبعينيات: كل الأطفال – حدوته في فيلم والقطة مشمشة والكلب لولو، ورسائل الأصدقاء، تصبحوا على خير، وأبناء السلام ونادي الطيران والعلوم، وكل أطفال العالم، سينما الأطفال، ونادي العلم، وأطفال الشعوب، وتك تك تك، ويلا نغني ...الخ.

ومن برامج الأطفال التي قدمها التليفزيون في أوائل الثمانينيات: سينما الأطفال – نادي الكشافة والطيران – نادي العلم والإيمان – مجلة الجيل الجديد – كانوا في طفولتهم – ما يطلبه الأطفال – زهور وألوان – حوادي العرائس –أول خطوة رسالة بالقمر الصناعي.

الوقت المخصص لبرامج الأطفال:

بدراسة الوقت المخصص للأطفال في التليفزيون المصري نجده متواضع جداً إذا قورن بكم ساعات الإرسال اليومي الهائلة، حيث تبلغ نسبتها ٥٠,٠٢ % وهو ما أكدته دراسات سابقة، مما يجعلنا ننتبه على ضرورة التوسع فيها وزيادة وقتها من تناسب نسبة الأطفال في المجتمع، كما نطالب بضرورة التنسيق فيما بينها من جهة لتلافي التكرار الممل في برامج والفقرات وحتى تحقق الهدف المطلوب منها وما ينعكس على صورة مجتمع الغد.

ومن جهة أخرى تلاحظ أن دولا عربية كثيرة بدأت تهتم ببرامج أطفالها اهتماماً بالغاً كدول الخليج وغيرها، ووصلت ساعات إرسالها ١٥ % أو أكثر لتقلد محطات الدول المتقدمة وتكون النتيجة الاعتماد مشكلا واسعا على البرامج المحلية المستوردة، ودور رقابة على ما يقدم بها من مشاهدة كلمات، وقد يكون لذلك أثره غير المطلوب لأنها قد تؤدي إلى تثبيت قدم ومفاهيم خاطئة، وخاصة وتدل الملاحظة العلمية والمنهجية المستمرة أنها تحتوي على كثير من الخرافات التي تتعارض مع قيمنا الأصيلة، ولا تتفق مع الأهداف التي ترتضيها.

وليس معنى ذلك عدم الاستفادة من البرامج المحلية و المستوردة الموجهة للأطفال ، بل أعنى ضرورة التدقيق الشديد أو فرض رقابة على كل ما يقدم فيها لأطفالنا وتعديله بما يلائم مع واقعنا وإلى ضرورة الاهتمام بمضمون برامج الأطفال لتقدم لهم الإمتاع الفكري والوجداني وتقدم وجبات ثقافية مختلفة تبتعد عن أشكال الوعظ والتعليم التقليدية وضرورة أن يتعاون الإعلاميون والتربويون والمتخصصون بثقافة الطفل في مختلف مراحل إنتاجها من تخطيط لها أو إعداد نصوصها ، أو تفقدها والمتابعة المستمرة لها لتعديلها وتطورها باستمرار لترضى رغبات واهتمامات الأطفال على الاستقبال بها وحتى يمكن إنتاج سلسلة من البرامج الحية التي تستحوذ على اهتمامات الأطفال مع مراعاة ملائمة هذه البرامج وتناسبها لمراحل السن المختلفة للطفولة ، فلكل مرحلة متطلباتها .

متطلبات كل مرحلة لبرامج الأطفال:

والعناية بهذه المتطلبات وأوقات البث من الأمور الهامة التي يجب معالجة الأفكار والمعلومات والخبرات للطفل في مكان متميز وتقديمه بشكل بسيط يسهل إدراكه لتحقيق الغاية التي ينتج من أجلها الآن أو ضرورة التركيز والإيجاز والتكرار المفيد غير الممل و المتنوع الفقرات وربط الموضوعات والبرامج مختلف المواقف الواقعية في حياتهم اليومية ، وتسخير كل الأساليب الفنية والمشوقة لجذب اهتماماتهم مع مراعاة توجيههم باستمرار إلى أسس التفكير السليم وتكوين الاتجاهات الاجتماعية السليمة ، واعتياد السلوك الصحيح ، والاهتمام باللغة العربية الفصحى المبسطة ، والابتعاد عن اللهجات و التعبيرات العامية والتي بدأت تسيطر بشكل مخيف على اللغة المستخدمة في إنتاج البرامج أو خاصة أن لغتنا العربية ليست بها أنباء الأمة العربية والإسلامية ،ومن جهة أخرى فاختيار الله عز وجل لها من بين لغات المعمورة لغة للقرآن الكريم يعتبر تتويجا لها وإعلان تفوقها وسيادتها ودعوة أبدية للخضوع اللغوي لها كما أن لعدم الاهتمام بها أثار سلبية على الفكر السليم وتشير الدراسة التطبيقية والأبحاث الميدانية التي أجريت على الطفل والعديد من المدن العربية في الكويت و عمان وتونس والقاهرة أن بمقدور الأطفال فهم اللغة العربية الفصحى إذا كانت مبسطة ورافقها وسائل الإيضاح البصرية كالصور والرسوم والدمى والتي تلعب دوراً واضحاً في دعم فهمهم للمعلومات واستيعابها كما يمكن استخدام أساليب متعددة في إنتاج برامج الأطفال بكافة أنواعها وأشكالها ،والمقابلات واللقاءات والفقرات التمثيلية والمسابقات والألغاز وتحاور الحيوانات و الطيور والعرائس والأغاني والألعاب والرسوم المتحركة والكارتون وتشير الدراسات السابقة إلى أن الطفل في مرحلة طفولته الأولى وحتى السادسة من عمره يميل إلى فهم الأشياء المحيطة به عن طريق تجاربه الشخصية ولذا نجده يهتم بالبرامج التي تقدم

الظواهر الطبيعية كما يميل إلى الأسلوب الدرامي ،والقصص الحياتية التي تحكى على لسان الحيوانات أو الطير الخ . ثم يليها مرحلة إتقان المهمات والخبرات في الفترة من السادسة وحتى الثانية عشرة وبهذا ينتقل الطفل من مرحلة الشباب المعلومة إلى مرحلة الإتقان.

ولهذا يجب الاهتمام بالعلاقات بين المضمون والتليفزيون وجمهور المشاهدين من الأطفال والتعرف باستمرار من خلال البحوث لرأي الأطفال فيما يقدم وكذا رغباتهم واحتياجاته لإرضاء هذه الرغبات وإنما لتوضيحها وتطويرها ، وما ينعكس على صورة مجتمع الغد ، مع ضرورة أن تواكب هذه البحوث الخاصة بالمضمون أو المشاهدين عملية تخطيط وتنفيذ جيد وحتى يمكن الاستفادة من كل الفقرات والبرامج والحملات الإعلامية ، ولما يمكن أن تؤديه في حياة الطفل خاصة في اتجاهاته وقيمه وسلوكياته أو موضوع المعلومات والمؤشرات التي تنتهي إليها مثل هذه الدراسات أما المخططين والعاملين في برامج الأطفال وتوجيههم وتثقيفهم أو نقل التراث إليه أو تسلية والترفيه عنه ثم الاتفاق على فلسفة شاملة وخطة تليفزيونية متكاملة لرعاية الطفل تستند على أسس علمية سليمة مع الاهتمام بتدريب كل العاملين في هذا المجال .

أهداف خطة برامج الأطفال:

تستهدف خطة برامج الطفل التي وضعها اتحاد الإذاعة والتليفزيون كخطة مستقلة بذاتها لتعطي اهتماما وتركيزا مكثفاً بقطاع الطفولة ما يلي:

- غرس العقيدة السماوية وتجلية حقائق الإيمان وتقديمها بصورة مبسطة لتثبيت العقيدة الدينية في فهم الطفل ووعيه مع الاهتمام بطرح القيم الدينية والروحية بلغة العصر التي تناسب الطفل.
- ضرورة التركيز على تنمية الإحساس بالانتماء الوطني والشعور القومي لدى الطفل المصري مع تعريفهم بحقوقهم وواجباتهم تجاه المجتمع والتركيز على تأكيد المثل والسلوكيات الإيجابية في نفوس الطفل.
- تطوير وتنمية الذوق الفني والجمالي لدى الطفل والتدريب العملي على آداب الاستماع والاجتماعية مع معالجة المشاكل الاجتماعية التي تواجه الطفل والتعرف على أسبابها
- تدريب الطفل على القيادة واكتشاف القادة منهم وإعدادهم لتحمل المسؤولية في المستقبل.
- الاهتمام بالطفل المصري الذي يعيش في الريف إلى جانب الاهتمام بالطفل في المدينة
- الاهتمام ببناء الطفل ثقافيا وعقلياً وتنمية مداركه وتوسيع مجال اهتماماته مع تنمية فن الحوار وإبداء الرأي عند الطفل
- توعية الآباء والأمهات بأهمية رعاية الطفل وبضرورة حصولهم على الغذاء المناسب والسكن الصحي المناسب وتقديم المقترحات التي تساعد على تهيئة المناخ السليم الملائم لتربية الطفل تربية مناسبة.

- ترسيخ الصلة بين أطفال مصر وأطفال العالم لتنمية معارف وقدرات وتوسيع آفاق الطفل المصري.
- تدريب الأطفال على الانطلاق التعبيري وتزويدهم بشكل مناسب بثروة لغوية وإرضاء الحاجات النفسية لدى الطفل والسمو بها واستثمار النشاط الذاتي لهم وتنمية شخصية الطفل والسمو بها ومعالجة مظاهر السلوك التي تعطل تكامل الشخصية.
- تهيئة وسائل الإعلام لأن تكون وسيلة تعليمية تقدم المواد العلمية مع مسرحة المناهج تقدمها بأسلوب مسرحي تمثيلي " إنشاء هيئة استشارية لبرامج الأطفال تختص بمراجعة هذه البرامج قبل إذاعتها والتأكد من جودتها.
- إجراء بحوث ميدانية على برامج الأطفال بالتعاون مع بعض الهيئات كوزارة الثقافة.

<u>أهداف البرامج الأطفال التليفزيونية:</u>

- من الأهداف التي تسعى برامج الأطفال التليفزيونية أي تحقيقها.
- توجيه الأطفال إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا.
- تنقية ملكات الطفل العقلية وتنشيط مداركه وتنقية معلوماته.
- تسلية الأطفال والترفيه عنهم.
- تدريب الذاكرة وقوة الانتباه عند الأطفال.
- تطور الألم الذاتي في نص الطفل مع تأكيد ارتباطه بالعالم من حوله.

- إشباع الحاجات النفسية للأطفال
- تزويد الطفل في كل مرحلة عمرية بالمعارف والسلوكيات التي تناسبهم.
- إتاحة الفرص للأطفال لعرض أفكارهم وآرائهم فيما يخصهم.
- بث روح الولاء والانتماء للأسرة والمدرسة والوطن.
- تعريف الأطفال بقواعد السلامة والأمانة.
- إتاحة الفرص للأطفال الموجودين لإبراز مواهبهم ونقلها.
- تعريف الأطفال بأهمية دور المكتبات وتشجعهم على القراءة

تعتبر عملية تحديد الأهداف الخطوة الأساسية التي تبنى عليها كافة العمليات التخطيطية والتنفيذية من رسم السياسات واستراتيجيات العمل إلى تحديد الأنشطة وتوجهاتها، وحصر الإمكانات لمادة والفنية لتنفيذها هذه الهدف.

الأهداف العامة لقناة الأطفال وذلك بهدف استقاء وجهات نظر المتخصصين فيما يتعلق بالأهمية النسبية لكل هدف.

- يجب على قناة الطفل المقترحة أن تركز أهدافها على تنمية القدرات العقلية للطفل لمصري، وأن تحرص على تبسيط العلوم ولتكنولوجيا الحديثة وتقدمها له في قوالب شيقة تحثه على متابعة المشاهدة.
- يجب أن تتصدى لمشكلات الطفولة بتعميق وعي الأطفال بحقوقهم.
- يجب أن تعمل على تأكيد الهوية القومية لدى الأطفال.

- يجب أن تقوم بتعميق الوعي للأطفال بالأحداث الترفيهية المقيدة.

وفيما عرضنا ما سبق نجد أن في ترتيب هذه الأهداف حيث نجد تنمية القدرات العقلية للطفل المصري في الترتيب الأول.

- مشكلات الطفولة تم تناولها في الترتيب الثاني ويأتي " تعميق وعي الأطفال بحقوقهم وواجباتهم في الترتيب الثاني بين الأهداف ذات الأهمية التي يجب أن تسعى قناة الأطفال إلى تحقيقها.
- ويأتي في الترتيب الرابع الحرص على تعميق الهوية القومية لدى الأطفال المصريين كهدف من أهداف قناة الأطفال المقترحة.
- تميل أراء بعض المتخصصين إلى تأكيد أهمية العمل على تعميق وعي الأطفال بالأحداث المرحلية والقومية والدولية، حتى يصبح الطفل معايشاً لتصورات الأحداث وصادقاً لها.

وتأتي تسلية الطفل وترفيهه ترفيها مقيداً في الترتيب الأخير بين الأهداف المرغوبة لقناة الأطفال التليفزيونية

شروط البرامج التليفزيونية من صحية وإجتماعية وترفيهية:

البرنامج التليفزيوني شأنه شأن البرنامج التعليمي ينبغي أن تتوافر فيه جملة شروط:

- أن يبني على دراسة حاجة الأفراد الموجهة إليهم وحاجة المجتمع الذي يعيشون فيه
- أن يسهم في إعداده متخصصون يكونون على علم وثقافة ودراية بما يعدونه.
- أن يكون شاملاً متنوعاً تنوع حاجات الأفراد الموجه إليهم.

- أن تكون له جملة أهداف يرمي إلى بلوغها وتحقيقها.

وعليه فإن البرنامج التليفزيوني له أهداف مرسومة تسهم في إطار الخطة العامة للدولة في التنمية الثقافية والاجتماعية للجمهور، وهذه الأهداف يمكن حصرها في أهداف عقلية، وصحية، واجتماعية ونفسية وجدانية.

وإذا ترجمنا مضامين هذه الأهداف نجد أنها لا تخرج عن التالية:

أهداف عقلية وأهمها:

- توعية الأفراد وتثقيفهم بثقافة عصرية من خلال البرامج الثقافية والفكرية.
- تعريف الأفراد بمستحدثات الحياة في الداخل والخارج من خلال البرامج الإخبارية والخاصة بالأحداث.
- تدريب الأفراد وتزويدهم بالمهارات اللازمة للحياة وتطوير قدراتهم الوظيفية من خلال برامج العمال والمهن العديدة.
- توسيع مدارك الأفراد حول المكتشفات والاختراعات العلمية وأسرار الكون وما فيه من عجائب وآيات.
- تعريفهم بأمور دينهم الإسلامية التي تعصمهم من الوقوع في الحرام.

٢-أهداف صحية وأهمها:

- التثقيف الصحي بأسباب الصحة العامة وطرق المحافظة عليها.
- التعريف بالأمراض والآفات الصحية وأساليب الوقاية منها.

- التوعية بدور العلم وجمهور العلماء في مقاومة الأمراض والتصدي لها.
- تنمية الاتجاهات والعادات الصحية مثل النظافة في المأكل والمشرب والحياة الخاصة.
- التحذير من تلوث البيئة ومخاطرها وحوادث الطرق وأسباب السلامة العامة.

٣-أهداف اجتماعية وأهمها:

- التعريف بالبيئة المحلية والعربية وظروفها الجغرافية والسياسية والاقتصادية والتحديات التي تواجهها.

التوعية السياسية اللازمة للمواطنة الصالحة وأهدافها.

التعريف بالمؤسسات الاجتماعية والمرافق العامة ودورها ونظامها.

تنمية الاتجاهات الايجابية والعادات الاجتماعية السليمة مثل حب العمل، والتعاون الخير، والإيثار للصالح العام، والحس الاجتماعي والانتماء ....الخ.

تقدير دور العاملين في بناء المجتمع من أفراد ومؤسسات.

- التحذير من الآفات والمشكلات الاجتماعية مثل الفقر والسرقة، والاحتكار، والطلاق، والرشوة، وتعطيل المرافق العامة، وتجاوز الأنظمة والقوانين المعمول بها في المجتمع.

٥-أهداف نفسية ووجدانية:

– المساعدة على تربية العواطف والمشاعر والأحاسيس الوطنية والدينية وتنمية التذوق والحس الجمالي للأفراد بالبرامج والأغاني والمعروضات الهادفة.

– المساعدة على التكيف السليم وتجنب الانحراف والانعزال ورفاق السوء،

المساهمة في بناء الشخصية المتواطئة بنفس مطمئنة ووجدانية مرهفة وتخفف عبء الحياة عنه بألوان من الترفيه السليم.

إبراز مواطن القدوة الصالحة الخيرة في كافة المناحي تمثلها السير في طريقها ومناصرة الضعيف والمظلوم ومعاونته ونصرته.

التخفيف من حدة الحروب وآثارها المدمرة على الإنسانية، ومدح قنوات التعاون الدائم على التكافؤ والاحترام المتبادل بين الدول والشعوب

ويجيب أن تتضمن برامج الأطفال بشكل مباشر أو غير مباشر الأهداف التي أجمعت عليها برامج التليفزيون في دول العالم المتقدم وهي:

- أن تجعل الطفل يكتسب معرفة أشمل أو فهما أعمق لعالمه المادي والاجتماعي وأن تؤكد فيه احترامه لذاته أو رضاه عنها أو إحساسه بقيمته أو قدراته باحترام الآخرين.

- أن تساعد على أن يتعلم المزيد من المهارات أو تقدم له العلم والتجربة بصورة مقنعة وجذابة

- أن تكون نافذة يطل منها الطفل على عالم واسع من العلم والفن والمعرفة وأن تقدم له المتعة والترفيه.

- أن تتضمن فيه الشعور بالانتماء وتقدم له الاتجاهات والسلوكيات السوية نحو المجموعات الاجتماعية وتعقل على الارتقاء بضميره وأخلاقه وتبث فيه القيم الصالحة والمثل الاجتماعية العليا واحترام الآخرين

- أن تزيد من حب الله الوطن والتمسك بالدين والقيم الصالحة تجعل الطفل دائما في جانب الخير بعيداً عن الشيطان وتيقنه بأن الله رقيب عليم وأن من يحب الوطن والوالدين وإنما هو أحد واجباته جزء يسير خدمة من دين عليه الله والوطن والوالدين.

- الحرص على الوقت واحترام المواعيد والالتزام بها بما يشعر الطفل بقيمة الوقت التي لا تقل أبدا عن قيمة المال وهو أمانة.

- تجنب المواد والفقرات التي تنطوي على عنف زائد أو شك أو خوف أو ردود أفعال أخرى غير مرغوب فيها بالنسبة للأطفال كما يجب وضع قيود خاصة على عرض البرامج أو القصص الغامضة ذات الآثار السلبية عليهم.

<u>أسس اختيار برامج التلفاز المحلية العالمية الموجهة نحو الطفل:</u>

يمكن للتلفاز أن يقدم الكثير للأطفال بما نعني حياتهم ويثري خبراتهم ونريدهم إما تسلية من خلال برامجه التي يبثها من حكايات وقصص وتمثيليات ورسوم متحركة وألعاب وهوايات ودراميات ومسابقات وينبغي اختيار برامج التلفاز الموجهة نحو الطفل وفق المؤسسة التالية:

- أن تكون البرامج هادفة شاملة تسهم في تنمية ثقافاتهم وفي تطوير قدراتهم اللغوية الاجتماعية الوجدانية والأخلاقية وتشبع في نفوسهم البهجة وتحفزهم إلى التفكير الإبداعي وتتمشى لديهم تمثيل القيم الدينية والاجتماعية المطلوبة.
- أن تعكس البرامج واقع حياة الأطفال وتخدم متطلبات حاجاتهم حتى يظلوا مرتبطين ببيئتهم ويحملوا في نفوسهم واجب خدماتهم والانتماء إليها.
- أن تكون البرامج عاملاً مساعداً لخيال الأطفال مع الحرص على تجنب الخيال المدمر والعنف الخطير.
- أن تراعى البرامج طبيعة جمهور الأطفال وخصائصه العمرية والجنسية واللغوية والثقافية وان تراعى الفروق الفردية والفروق في الذكاء.

أن تستخدم البرامج اللغة العربية الفصيحة شكل يناسب قدرة الأطفال اللغوية

أهداف البرامج التليفزيونية:

البرنامج التليفزيوني شأنه شأن البرنامج التعليمي ينبغي أن تتوافر في جملة شروط:

– أن يبنى على دراسة حاجة الأفراد الموجة إليهم وحاجة المجتمع الذي يعيش فيه.

- أن يسهم في إعداده متخصصون يكونون على علم وثقافة ودراية بما يعدونه.

– أن يكون شكلا متبوعا بتنوع حاجات الأفراد الموجهة إليهم وعليه فإن البرنامج التليفزيوني أهداف مرسومة في إطار الخطة العامة للدولة في التنمية الثقافية والاجتماعية للجمهور

<u>برامج الأطفال وتأثيرها على أطفال القرية</u>

تهتم معظم محطات التليفزيون في العالم ببرامج الأطفال بصفة عامة

وفي قنوات التليفزيون الإقليمي بصفة خاصة، على اعتبار أن الأطفال معقد الأمل في تحقيق مستقبل أفضل. نشير الى ضرورة الاهتمام بمضمون الأطفال لأنها تقدم لهم الإمتاع الفكري والوجداني، وتقدم وجبات ثقافية مختلفة تبتعد عن أشكال الوعظ أو التعليم التقليدية.

الأهداف الآثار الإيجابية التي تعود على الطفل في القرية المصرية بعد مشاهدة برامج الأطفال في التليفزيون:

- تجعل الطفل يكتسب معرفة اشمل وفهما أعمق لعامله المادي والاجتماعي.
- تساعد في أن تعليم المزيد من المهارات وتقدم له العالم والتجربة بصورة مقنعة وجذابة.
- تكون نافذة يطل منها الطفل على عالم واسع من العلم والفن والمعرفة.
- تنمية فيه الشعور بالانتماء وتقدم له الاتجاهات والسلوكيات السوية نحو المجموعات الاجتماعية.
- تزيد في حبه للوطن والتمسك بالدين والقيم الأصلية.
- تشعر الطفل بقيمة الوقت واحترام المواعيد والالتزام بها

البرامج العلمية:

هذه البرامج تعد تثقيفية في المفاهيم الأول إلا أن تلك البرامج متخصصة في مجالات علمية بحت تدور حول التكنولوجيا والعلوم كما تتطرق تلك البرامج في النواحي الصحية باستعراض أعراض مرض من الأمراض وطرق الوقاية والمعالجة منه والسبل الكفيلة للحد من أخطاره وما شابه ذلك من معالجات علمية تدور حول الصحة

والمحافظة عليها، ونوعية تلك البرامج ضرورة في رسالة التليفزيون التوجيهية العلمية التثقيفية ولذا فهي من العلامات البارزة الحية التي تسجل فخرا في التليفزيون.

تعريف البرامج الثقافية في التليفزيون: البرامج التي تقدم من خلال التليفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في صورة تليفزيونية مقبولة تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن التليفزيوني تتميز بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق وفي أرحب دائرة دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي إلا دفعا لها الى المزيد من التفوق والإجادة.

برامج ذات مضمون هادف:

من تلك البرامج " برنامج سلوكيات الذي ستعرض بعض السلوك الذي يسلكه بعض المواطنين ويتسم بالاعوجاج ويسلط عليه الأضواء بالنقد والتوجيه والنصح والإرشاد وإصلاح ما أعوج منه في سبيل تقدم البلد ورفعة شانه.

برنامج حياتي:

هو يتناول مشكلة من خلال تمثيلية تعرض من خلالها مواقف تتضمن جوهر المشكلة وكيفية معالجتها والخروج من المأزق والمعاناة التي يعاني منها صاحب تلك لمشكلة.
برنامج حاول تفتكر: وهو يهدف الى تنشيط المدارك العقلية وتذكرها للمعلومات والمعارف العامة

برامج الشباب:

هذا البرامج تهدف ان يتعرف الشباب على أنشطة الشباب وينتقل إليهم في أماكن عملهم يتميز منهم من أنشطة اجتماعية أو رياضية ويستضيف في ذلك البرنامج

بعض الشخصيات التي توجه بعض خبراتها للشباب وما ينبغي أن يسلكوه في أمور حياتهم

تهدف برامج الشباب الى:

تنوير الشباب وتعريفهم بالظروف والتحديات المفروضة محليا وإقليميا وعالميا.

- استعراض الإنجازات والنجاحات التي يحققها الشباب في مختلف مجالات العمل وتشجيعه على تحقيق المزيد.

- توفير الظروف الملائمة والمناخ الديمقراطي الذي يتيح للشباب التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية

- إلقاء الضوء على الدور الذي يؤديه الصندوق الاجتماعي للتنمية من خلال العروض التي يمنحها للشباب لإقامة مشروعات صغيرة وهذه البرامج هي:

دنيا الشباب. يلالا يا شباب. مجلة الشباب، شباب ولكن. دوري الجامعات، رسالة مصر، شباب الجنوب، مع الشباب.

وعلى الرغم من تقديم التليفزيون لهذه البرامج إلا أن العديد من الدراسات التي تناولت دور التليفزيون في تلبية احتياجات الجمهور المختلفة المتنوعة ومسلسلاته لم يحقق إلا القليل مما يحتاجه الشباب قيميا وعلميا ودينيا واجتماعيا وسياسيا ...الخ

برامج المرأة في التليفزيون:

لقد أكدت نتائج الدراسات أن أغلبية النساء التي يعشن في الريف يفضلن برنامج صباح الخير يا مصر، ونشرة الأخبار، لأنها تطلعهم على ما يحدث في القاهرة ويستفيدون منها في التثقيف: أشارت نتائج دراسات الى أن برامج التليفزيون لا تعبر عنهن ولا

تعكس صورة عن المرأة الريفية بصفة عامة بينما أفادت مبحوث واحدة وهي آنسة عاملة بأن هذه البرامج تناقش مشاكل المرأة العاملة وبالتالي تعبر عنها.

يهتم التليفزيون بتقديم العديد من البرامج للمرأة محاولا بذلك تحقيق الأهداف التالية:

– المساهمة في رفع مستوى وعي المرأة اجتماعيا وأسريا وتعريفها بحقوقها وواجباته

– حث المرأة على الاقتصاد والتدبير والإرشاد.

– إلقاء الضوء على الأنشطة الإنتاجية والاجتماعية التي تقوم بها المرأة في الحضر والريف والمجتمع البدوي كذلك الأعمال الخيرية والتطوعية التي تتبناها وهذه البرامج هي:

دنيا مجلة المرأة، كتالوج، حواء تحت الأضواء، النص الحلو، حواء على فين.

ورغم تعدد هذه البرامج إلا أن العديد من الدراسات توصلت الى انها تركز على الأدوار التقليدية للمرأة توصلت إلى أنها تركز على الأدوار التقليدية للمرأة ويتجاهل الأدوار الأخرى التي يؤديها نسبة غير قليلة من النساء والتي يجب أن تتزايد منها على سبيل المثال المرأة العاملة ...دور المرأة في تنمية المجتمع.

البرامج الدينية:

يعتبر التليفزيون أداة للتثقيف والتوجيه للثقافة الدينية ويهتم بنشر الوعي الديني وشرح مبادئ الإسلام، بأسلوب سلس يتفق مع الدين والحياة ويستطيع المشاهد المتعلم وغير المتعلم فهمه والاستفادة منه.

وتهدف البرامج الدينية التي تعرض على القنوات الإقليمية وغيرها الى تعميق مفاهيم الدعوة الإسلامية وفضائل الأخلاق وتعميق الإيمان فكرا وسلوكا وتربية النشء على أسس إسلامية سليمة.

كما تهتم البرامج الدينية في التليفزيون بتغطية الأعياد والمناسبات الهامة كصلاة العيدين والجمعة وشعائر الحج وليلة القدر، ومسابقات قراءة القرآن الكريم.

البرامج الرياضية:

تحظى البرامج الرياضية في التليفزيون باهتمام بالغ نظرا لما للرياضة من اثر عظيم في بناء الإنسان وتنشئة وزيادة قدرته على العطاء والإنتاج ، وحبه للتعاون والألفة مع خلايا المجتمع لمختلف أنشطته ولما لها من أثر كبير في سمو النفس البشرية وتتميز الفقرات الرياضة بالحيوية والحركة وهما من أهم عوامل التشويق وجذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتماماتهم ، وتعتبر البرامج الرياضية من البرامج التي تلاقي إقبالا شديدا من مشاهدي التليفزيون وخصوصا في القرية المصرية سواء كانت حية تذاع على الهواء أو تسجيل لتذاع في أوقات لاحقة .

برامج الدراما

ويقصد بهذه البرامج جميع أنواع المسلسلات والتمثيليات والأفلام والتسجيلات والمسرحيات التي تتضمن نصوصا تتميز بالجاذبية والانتباه والاهتمام. وتعتبر الدراما أحد الأشكال الإذاعية العريقة التي يبثها جهاز الراديو. فالمسرح – على سبيل المثال– أحد الأشكال الدرامية المعروفة منذ عصر الإغريق والرومان، وكذلك الحادية والفنون الشعبية وهي من التراث الشعبي، كما تتضمن البرامج الدرامية السيرة الذاتية والقصة والرواية. ولذلك يجب أن يراعي في إعداد نصوص هذه البرامج هذه القواعد العامة:

١/أن يكون النص خاليا من السخرية والاستهزاء بالآخرين.

٢/أن يستهدف النص الارتقاء بالمستوي الثقافي للمستمع.

٣/أن يتجنب الخروج عن عادات وتقاليد المجتمع وعقائده الدينية.

٤/أن يتحاشى الإثارة والمبالغة في القول والفعل والأداء.

٥/أن يجذب جمهور المستمعين ويثير الانتباه والاهتمام.

وسنتناول بالتفصيل هذا النوع في فصل لاحق

تدريبات الفصل الخامس

تحدث باختصار عن:

١- اهداف برامج الاطفال...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

٢- البرامج الثقافية ....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

………………………………………………………………………………

……………………………

٣- البرامج الدينية……………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

…………………………………………………………………

الفصل السادس

البرامج الاخبارية

- غرفة الأخبار

- أنواع المواد الإخبارية

- كتابة المواد الإخبارية

- تقييم الأخبار

- تغطية المؤتمر الصحفي

-تغطية الاحداث الخاصة

الاهداف الاجرائية

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي ان يكون الدارس قادر على:

١-معرفة أنواع المواد الإخبارية

٢ -كتابة المواد الإخبارية

٣-تقييم الأخبار

٤-تغطية المؤتمر الصحفي

٥-تغطية الاحداث الخاصة

البرامج الإخبارية

غرفة الأخبار الإذاعية Newsroom:

غرفة الأخبار

هي المكان الذي تتجمع فيه الأخبار الداخلية والخارجية، وقد تكون غرفة واحدة أو مجموعة من الغرف المتصلة ببعضها البعض. ويتم العمل داخل غرفة الأخبار بأقصى قدر من الفعالية ، فالعمل داخل هذه الغرفة لا يخضع للصدقة وإنما يعتمد على التخطيط المنظم والتفاهم الكامل لكى تتحقق أقصى فائدة من الأشخاص والأدوات المستخدمة ، ويتسم العمل داخل غرفة الأخبار بالتعاون الحميم بين العاملين في مجالات تبادل المعلومات ، والأفكار ، والمصادر ، وأرقام التليفونات ، والعناوين ، والخبرات المكتسبة ، وتضم غرفة الأخبار رئيس تحرير النشرات الإخبارية ، وعدد من المندوبين ، والكتاب ، والمترجمين ، والمحررين ، والمنتجين الذين يراقبون ما يرد إلى غرفة الأخبار من أنباء العالم عبر وكالات الأنباء والاستماع للإذاعات الأخرى وتلقى رسائل المندوبين والمراسلين .

وتختلف غرفة الأخبار من حيث حجمها وامكاناتها والمعدات التي تحتويها من إذاعة إلى أخرى، وكلما زادت امكانات غرفة الأخبار كلما زادت المرونة والسرعة والتنوع في المعلومات التي تخرج منها.

وتضم غرفة الأخبار الإمكانات التالية: –

١- طاولة توزيع المهام الإذاعية The Assign ment Desk:

مندوبي الإذاعة ومن هذا المكان ينطلق المندوبين للتعامل مع القصص الإخبارية المطلوب تغطيتها. كذلك تتجمع كل الأخبار التي ترد من وكالات الأنباء الدولية

والإقليمية والوطنية ونتائج الاتصالات التليفونية، وما تم تجميعه من أخبار من جانب المندوبين الإذاعيين .كل هذه الأخبار التي تتجمع من المصادر المختلفة يتم وضعها على مادة الأخبار بغرض تقييمها واختيار العناصر المناسبة للإذاعة واستبعاد عناصر الأخبار الغير مناسبة وفقاً للسياسة السائدة بغرفة الأخبار ، والقيم الإخبارية التي تحدد معايير انتقاء وصياغة وعرض الأخبار، وعلى هذه الطاولة أيضاً يتم مناقشة وتقييم ما تم انجازه من مهام ، كما يتم استقبال الأخبار التي ترد عبر التليفون من المصادر الإخبارية المختلفة .

٢-منطقة عمل مندوب الإذاعة The Report work area:

وظيفة المندوب الإذاعي أن يخطط للمنطقة التي يغطيها بالأخبار، وأن يعمل على تطوير مصادر اخبارية خاصة به تمده بكل جديد في اطار التخصص الذى يعمل فيه أو المنطقة الجغرافية التي يعالج أخبارها، ولابد أن ينمى المندوب الإذاعي علاقاته بالمندوبين الآخرين في الإذاعة حتى يشاركهم في تبادل الأفكار والمصادر وأرقام التليفونات والعناوين ويتبادل الآراء معهم في الموضوعات الاخبارية ، ويستفيد من خبراتهم واخطاءهم السابقة ، وتكون المهمة صعبة حتى يكون المندوبين منعزلين عن بعضهم البعض، ولهذا لابد أن يشتركوا في مكاتب قريبة ومكان واحد .

٣-منطقة خدمات وكالات الأنباء The Wire Service area:

يقصد بها المنطقة التي تتجمع فيها رسائل وكالات الأنباء العالمية والمحلية، وبعض هذه الرسائل تصل بلغات أجنبية مما يستلزم وجود مترجمين. ويفضل أن يكون مكان

المترجمين قريباً من محطة إذاعية إلى أخرى حسب النظام الذي يضعه رئيس التحرير أو مدير غرفة الأخبار.

كذلك تنتقل معلومات الأحوال الجوية عبر خطوطك سلكية إلى غرفة الأخبار ، كما ترد الأخبار الرياضية من خلال آلة تسمى Sports Ticker ، وتنقل وكالات الأنباء نحو ألف ومائتي كلمة في الدقيقة عبر الماكينات ، وقد تطورت تكنولوجيا ماكينات الاستقبال بحيث أصبح ما تقوم به الماكينة الواحدة الآن يعادل ما تقوم به ثماني ماكينات منذ عدة سنوات ويوجد بغرف الأخبار التليفزيونية ماكينات سلكية لنقل الصور الكترونيا من كل العالم بحيث تكون معدة للإذاعة على الهواء ، وتتيح هذه الآلات توفير بعض المعلومات الخاصة بالأسماء والوظائف والعناوين لسهولة التعرف على تلك الصور.

٤-قسم المراجع The Reference Section:

لابد أن تتضمن غرفة الأخبار قسماً أو مكتبة أو أرشيفا لتخزين المعلومات بحيث يكون من السهل على العاملين أن يرجعوا لتلك المعلومات كلما اقتضت الحاجة، ويضم هذا القسم القواميس، والدوريات، والخرائط، والرسوم، وملفات للمعلومات المتخصصة، وملفات تتضمن أهم الأخبار السابقة، كذلك ملفات عن أهم الشخصيات المؤثرة في الأخبار وخلفياتها التاريخية، وبعض هذه الأقسام تضم شعبة خاصة بالبحوث ووحدات للميكروفيلم.

٥-منطقة الإنتاج The Production Area:

وهي المنطقة التي يتم فيها تنفيذ النشرات الإخبارية بعد اختيار وصياغة وتحرير الأخبار التي تقدم في النشرات ويسمى المسئولين عن تنفيذ النشرة بالمنتجين ولابد أن

يعمل المنتجون مع بعضهم من أجل تجنب أي اخطاء قد تحدث عند تنفيذ النشرات، فالإذاعات التي تقدم أخبارا مختلفة أو اتجاهات مختلفة للأخبار لابد أن تضمن التنسيق بين القائمين على تنفيذ هذه النوعيات من الأخبار، وينطبق نفس الشيء بالنسبة لعمل الكتاب والمخرجين وأطقم الرياضة والطقس.

٦- منطقة مراقبة المرور The Traffic Monitoring:

تقتصر هذه المنطقة على غرف أخبار الراديو ففي المجتمعات الغربية المتقدمة غالبا ما يتم الاستماع إلى الراديو أثناء الحركة أو قيادة السيارات، وتقوم بعض محطات الراديو بتوجيه خدمات مرورية لقادة السيارات مثل تجنب السير في بعض الشوارع خاصة خلال ساعات الذروة المرورية.

٧-منطقة الرسوم The Graphic Area:

وهذه المنطقة خاصة بغرف الأخبار التليفزيونية حيث يتم إعداد بعض الرسومات التوضيحية او الخرائط والبيانات الإحصائية التي تساعد في توضيح الأخبار لجماهير المشاهدين، ولابد أن تكون منطقة تنفيذ الرسوم جزء مكمل لغرفة الأخبار أو قريبة منها.

وبالإضافة إلى كل ما سبق لابد أن تتضمن غرفة الأخبار الإذاعية ماكينات لتصوير المستندات، وعدد من الآلات الكتابية، وسكرتارية، وعدد من الخطوط التليفونية، وملف لأخبار مجلس الوزراء. كذلك لابد أن يكون استديو الاخبار قريباً كلما أمكن من غرفة الأخبار المعزول طبقاً لمواصفات معينة من أجل تحسين نوعية الصوت، إذ أن ما يصل إلى أذن المستمع من صوت يأتي نصفه مباشرة من صوت المذيع والنصف

الآخر من انعكاسات صوته على الجدران والأسقف والأرضية داخل الاستديو، ومن ذبذبات تلك الانعكاسات في شكل موجات صوتية.

ولتحسين نوعية الصوت كان لابد من تغطية المسطحات الداخلية للاستديو من جدران وأسقف وأرضية بمواد عازلة للصوت ومواد ماصة للصوت، ويتخذ هذا العزل اشكالا هندسية تتمشى مع شكل وحجم الاستديو.

ويتكون استديو الأخبار بالراديو من جزئين أساسيين:

الأستديو نفسه وهو عبارة عن استديو صغير الحجم مخصص للمذيع الذي يقوم بقراءة الأخبار، ويحتوي هذا الاستديو على ميكرفون لنقل صوت المذيع على الهواء مباشرة، وساعة لمعرفة الوقت، وجهاز تحكم في الصوت الخارج على الهواء، وسماعة Loud Speaker وسماعة رأس للمذيع Head Phone. ومن المعدات الواجب توافرها في استديو الراديو أيضاً توافر تليفون متصل بجهاز تسجيل يسمح بنقل صوت المصدر الطبيعي Actuality حتى يمكن استخدامه داخل نشرات الأخبار، ويوجد هذا التليفون أما داخل غرفة المراقبة أو في غرفة الأخبار

كذلك يمكن تزويد استديو الراديو أو غرفة الأخبار بالراديو بأجهزة تصنت لموجات التخابر التي تستخدمها إدارات مثل البوليس والحريق والاسعاف والدفاع المدني حتى يتسنى للمندوب أن يتعرف على هذه الأخبار ويتمكن من تغطيتها بالسرعة اللازمة.

وفى الدول المتقدمة تحتفظ بعض الإذاعات بأجهزة تصنت حديثة قادرة على التقاط ست عشرة موجة تخابر مختلفة، وتعمل هذه الأجهزة بالبطارية لمدة ٢٤ ساعة كاملة، وأثناء الالتقاط تضاء لمبة حمراء صغيرة فوق الموجة العاملة حتى يتعرف عليها المندوب ويتمكن من التقاط الرسالة.

معدات العمل الميداني للراديو:

يحتاج مندوب الراديو في الميدان إلى جهاز تسجيل قوى وميكروفون سواء داخل جهاز الكاسيت أو منفصل عنه، وعن طريق هذا الجهاز يستطيع المندوب أن ينقل وقائع مؤتمر صحفي، أو يدير لقاءات مع الجماهير أو يقدم بعض التقارير الإخبارية المباشرة ، كما يمكن أن يستعين المندوب الإذاعي بجهاز الراديو ذي الاتجاهين والمركب داخل السيارة ويعمل على موجات التردد العالي V A F ومن خلال هذا الجهاز يستطيع المندوب أن يرسل ويستقبل المعلومات مع المحطة الإذاعية ، وبعض المحطات الإذاعية تمتلك الآن طائرات هليكوبتر لتراقب من أعلى كل ما يدور في شوارع المدينة لتقديم الخدمات المرورية للمستمعين .

أنواع المواد الإخبارية

تعتبر الخدمة الاعلامية من المواد الأساسية التي يقدمها الراديو ففكرة نقل الأخبار الى أكبر عدد ممكن من الناس، وفى اي وقت ممكن وما زالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة.

فالمجتمع يحتاج الى الاعلام لنفس السبب الذي يحتاج فيه الناس الى الابصار. وتتحمل وسائل الاعلام مسئولية احاطة الجماهير علما بما يحدث في الداخل والخارج فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهم الناس وتؤثر فيهم. وتكسب الاخبار اهمية أكبر في الراديو نظرا للسرعة والفورية في تقديمها، ونقل المستمع الى مواقع الاحداث ويعرض هذا الفصل لقيم الاخبار ومصادرها، وانواعها وكتابتها، وبناء نشر الاخبار والفترة الاخبارية والتعليق والتحليل وتغطية الاجتماعات، والخطب والمؤتمرات

الصحفية وتقارير تقصى الحقائق، واستخدام الاخبار في التنمية، والبرامج وتقارير تقصى الحقائق، واستخدام الاخبار في التنمية.

قسم الاخبار

تتلقى المنظمات الاذاعية قدرا كبيرا من الاخبار اليومية المتدفقة من شتى بقاع العالم – وتدفع هذه المنظمات قدرا يسيرا من الاخبار التي تتلقاها وهي تلك الاخبار التي تتوافق مع القيم التي تعتنقها المنظمة الاذاعية.

وتختلف معايير اختفاء الاخبار من مجتمع لأخر حسب الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة، ومع ذلك فهناك قيم متشابهة تسود في المجتمعات المتجانسة. ونستطيع أن نميز بين قيم الاخبار السائدة في المجتمعات الغربية وتبين قيم الاخبار التي تسود في المجتمعات الاشتراكية وقيم الاخبار التي تسود مجتمعات دول العالم الثالث رغم اختلاف انتمائها الايدولوجية فالسياسة العامة للدولة التي تقوم بالبث الإذاعي وتنوع اساليب السيطرة والتمويل واتجاهات العاملين ورغبات واحتياجات الجماهير. كل تلك العوامل تؤثر الى حد كبير في تحديد قيم الاخبار في المجتمعات المختلفة.

وقد يحتم هذا احيانا استقاء الأخبار من مصادر معينة وإغفال مصادر أخرى، وتناول الخدمة الاخبارية بأسلوب معين، واختيار الوقت المناسب لإذاعة الأخبار بشكل تفصيلي أو مختصر، وتحديد موقع كل خبر داخل النشرة الاخبارية فالمجتمعات الغربية تنظر الى الأخبار باعتبارها سلعة تجارية Commercial Commodityقابلة للبيع والشراء، وتخضع لقانون العرض والطلب مثل كل البضائع. فالدول الغربية التي تتاجر في الاخبار تعمل على أن تكون هذه السلعة

مرغوبة ولها قيمة تجارية ، وهذا ينطبق على قوانين الحكومة والنخبة والأفراد وينطوي المفهوم التجاري لمعالجة الأخبار على تجنب الأنباء التي لا يمكن بيعها ، ولذلك هناك ميل أكبر لتقديم جوانب الأحداث التي تلائم احتياجات المجتمعات المتقدمة بشكل أساسي ورغم رسوخ الخدمة الاخبارية في وسائل الاعلام الغربية منذ زمن طويل الا أنه لا يوجد مفهوم محدد متفق عليه للأخبار فهناك تعريف يحدد الأخبار بأنها تعبير عن شيء حقيقي وتعبير آخر يحددها باعتبارها " شيئا حدث بالفعل " وتعريف ثالث يقول أن الأخبار هو شيء حقيقي ومؤثر في العالم الاجتماعي

وتعريف رابع يقول إن الأخبار هي تقرير عن حدث يتضمن معلومات تم جمعها بدقة وكتابتها مندوبين مدربين بعرض خدمة القارئ أو المستمع أو المشاهد وحيث أن المجتمع الغربي يؤمن بالنظام الرأسمالي الفردي، وحرية التنافس، وتعرية البيانات، وتعدد الأراء، فان كل هذه المعايير يتم عكسها في الأخبار التي تنقلها وسائل الاعلام الغربية، فالصراعات السياسية نجدها تبرز في الأخبار، وكذلك السلبيات التي تستلزم وعى الناس بضرورة تلافيها مستقبلا. والتركيز على أخبار النخبة من المجتمعات أو الأفراد ويتم تغطية الأحداث في الاتحاد السوفيتي ودول أوربا الشرقية من منظور مختلف عن تغطية الأحداث في المجتمعات الغربية.

فوظيفة الأخبار في المجتمعات الشيوعية هي أن تقنع الجماهير بأهداف محددة، وتدعم القرارات والسياسات التي تنتهجها المجتمعات الشيوعية، ولذلك لا يتم نشر الأخبار في وسائل الإعلام الشيوعية على إطلاقها وانما يتم التركيز على الأخبار التي تختم سياسة الدولة وتعكس توجيهاتها.

ولذلك يقسم الإعلام الشيوعي بالبطء حيث لابد ان يفحص الوزير أو المسئول الحكومي المادة الإعلامية ثم يضمنها المغزى السياسي قبل التصريح بعرضها ولذلك يتم نشر الأخبار بعد وقوعها بوقت طويل. وينظر السوفييت الى الأخبار الايجابية باعتبارها الأنباء ذات القيمة الجديرة بالنشر أما الأخبار السلبية فهي ليست اخبارا بالمرة الا إذا ارتبطت بالمجتمعات الغربية أو الدول المعادية للتحول الاشتراكي وعلى هذا الأساس فان المجتمعات الشيوعية تنظر إلى الأخبار بمفهوم مختلف عن منظور المجتمعات الغربية فالمجتمعات الشيوعية تؤكد على ما تفعله الأخبار بدلا مما هو الأخبار.

والهدف من الخدمة الاخبارية هو تجميع وتوحيد الناس وليس تفريقهم واثارة السخط وعدم الرضاء. كذلك فانهم لا يسعون لبيع الأخبار مثل المجتمعات الغربية وانما يستخدمونها لتحقيق الأهداف الشيوعية. فالصحفي الشيوعي لا ينشر سوى الأخبار التي تخدم أهداف الحزب والنظرية الشيوعية أما دول العالم الثالث فأنها تنظر للأخبار باعتبارها خدمة عامة وليست سلعة قابلة للتسويق.

وهذا ما جعل الدول النامية تطالب بتوسيع مفهوم الأخبار عن " الأحداث المنفصلة " التي تروجها المجتمعات الغربية لتصل الى مفهوم " العمليات المستمرة " التي تطالب بها الدول النامية

وتعمل الدول النامية على الاحتفاظ بسيطرة سياسية قوية على ما تقدمه من أخبار حتى تتجنب كل ما يعيق الإسراع بعمليات للتنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتتأثر الأخبار في الدول النامية بالميل السياسي للدولة سواء تجاه الغرب أو الشرق.

وقد تكون أهم وظيفة لوسائل الاعلام في الدول النامية هي نشر وتفسير الأخبار والمعلومات ويقوم حراس البوابة الاعلامية باختيار وتقييم الحقائق والأفكار التي تصنع الأخبار لجماهيرهم

ويعرض عدد كبير من الدول النامية نموذج الأخبار الذي تقدمه المجتمعات الغربية. وتكمن حجج دول العالم الثالث في هذه المعارضة الى ضعف بناءها السياسي وعدم قدرتها على الاكتمال الخاص ببرامج التنمية. فالدول النامية تفتقر الى المؤسسات المستقرة المجهزة، كما أن غالبية سكانها من الاميين. ويسودها معتقدات ملكية او عنصرية او قبلية، وبالتالي فإن المفاهيم الغربية مثل حرية الصحافة وتحري الدقة لا تلائم هذه المجتمعات. وبالرغم من ذلك فهم يروجون لاستخدام وسائل الاعلام بتدعيم جهود التنمية، وينظر الى الإعلاميين باعتبارهم شركاء نشطين في الإسراع بعمليات التنمية.

ولكن في أحوال عديدة أدت الأخبار التنموية إلى إشعال النار قبل الأوان في المجتمعات النامية لان نجاحها أيقظ الحكومات على أهمية التقارير الاجتماعية والاقتصادية وفائدتها المحتملة لتحريك التأييد لجماهيري خلف السياسات الحكومية، وبالتالي بدأ هذا لمفهوم شمل كل وسائل الإعلام ويدخل في إطار السياسات الإعلامية الرسمية.

وهدف الاعلام في الدول النامية هو تجميع وتوجيه الناس وليس تفريقهم ، حيث يفترض ان الاخبار تعلم الناس وتساعدهم في بناء الدولة ، ولذلك فمن الصعب الالتزام بالموضوعية والحقيقة لان مهنة الاعلام ينظر اليها اساسا باعتبارها وظيفية حكومية، وبالتالي فان جهود الصحفيين للالتزام

بالدقة والموضوعية قد تؤدي الي نوع من الصراع مع القيادات الحكومية في حين أن حكومات الدول النامية هي التي تدعم وسائل الاعلام ولهذا تتفق القصص الاخبارية مع اراء وتوجهات الحكومة بشكل عام

مصادر الاخبار

تشتمل غرفة الاخبار الاذاعية على العديد من المصادر التي يمكن الاعتماد عليها في استقصاء الاخبار. وتتحدد كفاءة التغطية الاخبارية وفقا لعدد هذه المصادر وحجم الاخبار التي تتدفق منها وتعتبر وكالات الانباء الدولية والاقليمية والقومية أحد المصادر الاساسية لأخبار الراديو ، وذلك من خلال " المعرفة الكاتبة " التي تستقبل اخبار الوكالات وتتلقي محطات الراديو اخبار وكالات الانباء على مدي الاربع وعشرين ساعة يوميا، وتختلف المادة الاخبارية التي تقدمها الوكالات من دولة الأخرى حسب اهتمامات كل دولة أو منطقة جغرافية وتقوم بعض وكالات الانباء بامداد محطات الراديو بخدمات صوتية Audio service مجلة على شرائط صوتية للمصادر Actualities وتشتريها محطات الراديو لتدعم بها تقاريرها الصوتية ، وتتضمن هذه الخدمة لقطات صوتية وتعليقات تصل مدتها لنحو خمس دقائق ويعتمد عدد من محطات الراديو على التغذية الاخبارية التي تقدمها الشبكات الاذاعية ووكالات بيع المضمون الإعلامي التي تقدم خدمة " اخبارية منتظمة لمحطات الراديو عن طريق تغذية الميكروويف ولعل اهم مصادر الاخبار لمحطات الراديو هم المندوبين والمراسلين ويستمد المندوب الاذاعي الاخبار من مصادر مختلفة منها الجهات والمؤسسات الحكومة والشخصيات الرسمية

وغير الرسمية واقسام البوليس والمحاكم والدفاع المدني ، والمؤسسات التعليمية ودوائر المال والاعمال والنقابات المهنية ويعتمد المندوب الاذاعي على تكوين وتنمية العلاقات الشخصية بأكبر عدد ممكن من مصادر الانباء في مجال تخصصه الاخباري.

وهناك بعض المندوبين يمتد دورهم الى استكشاف الاحداث والتنبؤ بها واحاطة محطاتهم علما بالأخبار المتوقعة او التي لها صفة الاستمرارية ويقضي المندوب جانب كبير من وقته في التردد على مصادر الانباء المحتملة ويقيم علاقات قوية مع هذه المصادر من أجل احراز السبق الصحفي ويعتبر التليفزيون اداة هامة للمندوب الاذاعي للحصول على الاخبار بسرعة ولذلك يحتفظ كل مندوب بقائمة تضم اسماء وعناوين المصادر المحتملة ويكون على اتصال دائم بتلك المصادر للحصول منها على الانباء اما المراسل الاذاعي فهو مندوب الاذاعة في اماكن والدول البعيدة، ويقوم المراسل ببث رسالته الصوتية عبر التليفون او شريط صوتي مسجل لمحطة الراديو يتضمن التقارير واللقاءات الاخبارية وكذلك عرض الاخبار الدولية من وجهة نظر محلية حسب قيم الاخبار السائدة في محطة الراديو ومن مصادر الاخبار الأخرى الصحف والدوريات وملف الاخبار المستقبلية ومحطات الراديو والتليفزيون الأخرى

انواع الاخبار الاذاعية:

جميع الاخبار في الراديو يمكن ان تندرج تحت فئة من الفئات التالية

١- الاخبار التي تحتاج الى ابراز: Feature Stories

وهي الاخبار التي تصلح للبث الإذاعي لفترة طويلة ويطلق عليها ايضا الاخبار الحقيقية Soft News لأنها مبهجة في طبيعتها مثل "يحتفل مواطن بعيد ميلاد المائة " وغيرها من الاخبار التي تثير الاهتمامات الانسانية وتحقق الاثارة والمفاجئة وتحتل هذه النوعية من الاخبار مكانا متأخرا في نشرات الاخبار وهي تقدم كنوع من المكافأة للجمهور قبل تقديم اخبار الرياضة والطقس، وعندما تكون هذه الاخبار مثيرة للسخرية او التهكم يطلق عليها "kicker "

٢- الاخبار المنفصلة المفاجئة Spot News

وهي تلك الاخبار التي تقع بدون تحذير سابق مثل نشوب حريق سرقة بنك – حادث على الطريق – اغتيال شخصية مشهورة

٣–اخبار ناتجة عن متابعة احداث سابقة: The Enterprise News وتشمل تغطية الاحداث التي تتسم بالاستمرارية بشرط ان تزود كل نشرة بمعلومات جديدة باستمرار

٤-الاحداث المعدة مسبقا: Staged Events

وهي الاحداث التي يتم الاعداد لها قبل وقوعها بوقت كاف مثل المؤتمرات الصحفية والندوات السياسية والاحتفالات العامة

٥- الاخبار ذات الميل او الاتجاه: Trend Stories

وهي التي تتناول التغيرات الثقافية والتكنولوجية والاقتصادية التي تحدث في المجتمع وهي تبحث في طبيعة الاتجاهات نحو فكرة أو قضية جديدة مثل استخدام الحاسب الألى في المدارس – تعديل قانون الاحوال الشخصية

٦-الاخبار التي تنطوي على تعمق في المعلومات ووجهات النظر Investigative Reporting

وهي الاخبار التي تحتاج الى وقت ومجهود كبيرين وتكشف عن خبايا او اسرار نتيجة التحريات والتقصي لفترات طويلة مثل أحداث " وترجيت"

٧-الاخبار التنموية: Developmental News

الاخبار التي تعنى بتقديم عمليات تنموية مستمرة ولا تركز على الاحداث المنفصلة وتتطلب استخدام المهارات الصحيفة لتقديم الاحداث التنموية بشكل جذاب

تقييم الاخبار الاذاعية

يحرص المندوب الاذاعي على بلوغ أقصى قدر من الفاعلية عند انتقاء وكتابة الاخبار الاذاعية. ويشمل عمل المندوب تقديم الحقائق المتصلة بالحدث، والبحث عن معلومات اضافية من المصادر المعتمدة حتى تتضح الحقيقة كاملة ثم يبدأ في صياغة قصة اخبارية واضحة ودقيقة خلال فترة زمنية معينة ويستخدم في سبيل ذلك كل الوسائل الكفيلة بجذب الجمهور للأخبار وتبدأ القصة الاخبارية بعد وصولها من أحد المصادر السابق ذكرها بشرط ان تكون قصة جديدة وغير مستهلكة، ويقوم المندوب الاذاعي بعمل تقييم اولى لتحديد فعالية الخبر وصلاحيته للبث الاذاعي. ثم يقوم ببعض التحريات التي تساعد على توضيح وتفسير الخبر من خلال اضافة عناصر جديدة إذا استدعي الامر ذلك ومن خصائص اخبار الراديو ان قيمتها تتغير بسرعة حيث تقل قيمة الاخبار بمرور الوقت

ولكي يحدد المندوب الاذاعي قيمة الاخبار يجب ان يراعي الاعتبارات التالية:

١-تكتب القصة الاخبارية قيمة أكبر كلما كانت تهم او تتعلق بأكبر عدد ممكن من الناس

٢-كلما كانت المنطقة الجغرافية قريبة لدي المستمعين كلما اكتسب الخبر أهمية أكبر

٣–كلما كان الخبر جديدا ويتسم بالحالية كلما زادت قيمته الاخبارية

٤–كلما ا تصلت " القصة الاخبارية بشخص بارز او مكان بارز أو حدث بارز كلما زادت قيمتها الاخبارية

٥–الاخبار ذات المغزى الانساني التي تؤثر في عواطف الناس وتستثير انفعالاتهم تكتسب قيمة اخبارية وغالبا ما يقوم رئيس غرفة الاخبار او أحد معاونيه بتقرير قيمة الخبر حسب سياسة المنظمة الاذاعية، واتجاهات العاملين، ورغبات واحتياجات الجماهير

كتابة الاخبار الاذاعية

تعتمد كتابة الاخبار الاذاعية على استخدام اسلوب التخاطب Conversation oral Style وهي تعنى بساطة اختيار الكلمات التي يستخدمها الناس العاديين ، حيث يكون الكلام مكتوبا للحديث وليس للقراءة حتى يبدو تلقائيا ، مع مراعاة الذوق السليم في الكتابة والحفاظ على قواعد اللغة ودقتها لذلك يتم استعمال الكلمات البسيطة المعنى المألوفة الجرس، الدرجة الاستخدام واستخدام الجمل القصيرة المباشرة السليمة التركيب وبالإضافة الى ذلك **يراعي الكاتب الاعتبارات التالية عند صياغة الاخبار**

١- الدقة Accuracy

وتتحقق من خلال استخدام اسلوب الملاحظة المباشرة من جانب المندوب بدلا من الاعتماد على الاشاعات او تحصيل المعلومات من غير المصادر الاساسية وكذلك من خلال ذكر مصدر الخبر Attribution والتأكد من الاسماء والعناوين والاحداث

٢- العمل على تحقيق التوازن والعدالة داخل الخبر

من خلال افساح المجال لمختلف الآراء لكي تعبر عن نفسها مع الحفاظ على موضوعية الاذاعة

٣–تقطيع الاستشهاديات والعبارات المقتبسة من المصادر المختلفة وتوزيعها بين ثنايا الجمل حتى لا يختلط الامر في ذهن المستمع ويستطيع التمييز بين كلام المصدر المستشهد به وكلام المذيع الذي يتلو الخبر

٤–تجنب استخدام ضمير الغائب إذا كان الخبر يتضمن أكثر من شخصيتين حيث يصعب على المستمع ان يقيم الى من يعود الضمير والافضل اعادة ذكر الاسم المقصود

٥–في حالة الجمل الطويلة او المعقدة او صيغة المبنى للمجهول يفضل تقسيم هذه الجمل الى عدة جمل قصيرة وبسيطة

٦–يفضل استخدام الفعل المضارع كلما أمكن ذلك حتى توحي للمستمع بالحالية

٧ اذ كان الخبر يتضمن أزمنة مختلفة يفضل البداية بالفعل المضارع ثم الانتقال الى الفعل الماضي

٨–يجب الا يستخدما الكاتب الاقواس او علامات الاستفهام عند الكتابة ويتغاض عن ذلك بالكلمات الوصفية.

٩–لا داعي لذكر الاسماء او الاعمار او الاماكن الا إذا كان لها دلالة هامة بالخبر. وكذلك الحجم والملامح والعنصر.

١٠–يفضل ذكر مصدر الخبر في بداية الخبر ويسير في نهايته كما يحدث في الصحافة.

١١-ضرورة الحد من الاحصاءات والارقام التفصيلية عند كتابة الاخبار حتى يستطيع المستمع ان يتابعها ويتفهمها.

وبعد اختيار اللغة المناسبة لكتابة الخبر يتم تنظيم المواد الملائمة لبناء الخبر وقد تتضمن هذه المواد رسالة من وكالات الانباء او تقرير كتبة المندوب من موقع الحدث أو الاتصال تليفوني وبالتالي يكون هناك مصادر متعددة للخبر الواحد

بعد ذلك يتم اختيار أكثر العناصر أهمية من بين جميع العناصر التي يحتويها الخبر وهي تتضمن الاجابة على الشقيقات

الخمس: من – ماذا – متى – أين . لماذا وأحيانا كيف. وبعد تحديد العناصر التي تجيب على هذه التساؤلات يتم فصل العناصر الأخرى وتركها جانبا لأنها تقدم تفاصيل ومعلومات أقل أهمية عند صياغة الخبر الاذاعي

وبعد فصل العناصر الاساسية من غير الاساسية تبدأ الخطوة التالية وهي اختبار الجملة الرئيسية الاولى Headline sentence او افتتاحية الخبر.

ووظيفة هذه الجملة ان تلفت انتباه المستمع وتشير في نفس الوقت الى مضمون الخبر فاذا كانت جملة البداية طويلة ومملة ومعقدة وغير لافته للانتباه فان ذلك يؤدي الى انصراف المستمع عن متابعة القصة الاخبارية فالجملة الافتتاحية لا بد ان تكون بسيطة وقصيرة وقوية ويفضل ان يتم كتابتها في الزمن المضارع حتى تكسب الخبر عنصر الحالية

وتستخدم الاسماء في الجملة الاولى إذا كانت مشهورة اما إذا لم تكن الاسماء معروفة فيفضل ذكر الوظيفة او المكانة في الجملة الاولى ثم يذكر الاسم في الجملة الثانية. كذلك يجب استبعاد الارقام والاحصاءات من الجملة الاولى للخبر

ترتيب الاخبار في النشرة

التنظيم المسبق لنشرة الاخبار لا يقل اهمية عن تخطيط الصحافة الاولى في الجريدة. ويتم تنظيم الاخبار داخل النشرة بعدة أساليب منها ترتيب الاخبار حسب اهميتها للجمهور او حسب أهميتها للجهة التي تسيطر على الإذاعي وتدرج الاخبار من الاهم فالمهم فالأقل أهمية. وهناك محطات اذاعية تقسم الاخبار الى خمس فئات اساسية هي الاخبار المحلية، والقومية، والاقليمية، الدولية، والانسانية، ويتم ترتيب اخبار كل فئة وفقا لأهميتها. وأحيانا يتم ترتيب الاخبار حسب نوعيتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية والطقس ويختلف ايضا شكل تقديم النشرة من اذاعة الى اخري حسب نوع الاخبار او محتواها او الاشخاص الذين يقدمونها

ويتفاوت الزمن المخصص لنشرات الاخبار من اذاعة لأخري وكان النمط الاكثر شيوعا هو نشرات الاخبار ذات الخمس دقائق والنشرات ذات الخمس عشرة دقيقة وأحيانا يمتد عرض الاخبار لمدة نصف ساعة وهو ما يعرف " بالفترة الاخبارية " وهي تتناول نشرة أخبار وبعض التعليقات والتحليلات والمقابلات عن الشئون الجارية وتقارير المراسلين.

وتنقسم هذه الفترة من ناحية النظرية الى ثلاثة اجزاء شبه متساوي هي: نشرة الاخبار، ومجلة اخبارية، وتعليقات او تقارير اخبارية وقد يختلف الزمن المخصص لكل جزء من يوم لأخر حسب أهمية الاخبار وتوافرها وتأثيرها على الجماهير والاتجاه العام في الاخبار هو توجيه النشرات الصباحية لكل المستمعين وخلال فترة الظهيرة تتوجه النشرات لمخاطبة النساء والاطفال وفي فترة ما بعد الظهر تخاطب

الشباب من الجنسين وفي المساء توجه النشرة لكل المستمعين. وبالطبع فان الشكل المناسب للنشرة هو ما يتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف

البرامج الاخبارية:

تشغل البرامج الاعلامية سواء نشرات الاخبار او التحليلات والتعليقات وبرامج الشؤون الخارجية حوالي خمس زمن البث الاذاعي، مع الاخذ في الاعتبار الاختلافات بين قيم الاخبار في الثقافات المختلفة وسوف نعرض لنماذج مختصرة من البرامج الاخبارية وهي التعليق، والتحليل، وشريط الاخبار وتغطية الاجتماعات والخطب والمؤتمرات الصحفية، وتغطية الاحداث الخاصة

وتجدر الاشارة الى اننا قد تناولنا في الفصل السابق برامج المقابلات والمناقشات وبرامج الابراز والبرامج التسجيلية والمجلات الاذاعية وهي جميعا يمكن ان تكون ضن البرامج الاخبارية إذا كان محتوى هذه البرامج يتعلق بأحداث الشئون الجارية

التعليق الاخباري: News Comment

يقصد بالتعليق اضفاء كمال المعنى على الاخبار والتعليق هو دعوة الى راي وخير الدعوات ما كان مقنعا والاقناع ولرد قوة المنطق لذلك يتصف المعلق بالخبرة الواسعة والثقافة المتنوعة والراي المحص، والمنطق القوي

ويفترض في كاتب التعليق الاذاعي ان تتوافر فيه الشروط التالية:

١–ان يكون واسع الاطلاع على الشئون العامة مثل كاتب الافتتاحية في الصحيفة

٢–ان يكون دائم الاتصال بالأخبار سواء عن طريق التعرض لوسائل الاعلام او من خلال مصادره واتصالاته الشخصية

٣–ان يتسم بشخصية مقبولة من الجماهير وان يكون على دراية بتقنيات الراديو

ومن ناحية اخري يراعي القواعد التالية عند كتابة التعليق الاذاعي

١–يجب ان يظهر الخبر الرئيسي موضوع التعليق في مكان قريب من البداية كلما أمكن

٢–البداية الجذابة التي تستحوذ على اهتمامات الجماهير خاصة وان مستمعي التعليق ليسوا بالكثرة المعروفة لمستمعي البرامج الأخرى

٣–ان يركز التعليق على تقديم الحقائق والوقائع وليس على الاسلوب الانشائي الانفعالي

٤–يجب ان يستغرق التعليق الوقت المخصص له بدون زيادة او نقصان

٥–يجب اعادة التركيز على الفكرة الاساسية في السطور الاخيرة من التعليق بسرعة اقل حتى تثبت الفكرة في ذهن المستمعين وفي معظم إذاعات العالم توجد قوانين تحتم على اذاعات الراديو إذا ما ابدت رأيا حول موضوع يتسع للاختلاف في وجهات النظر أن تخصص وقتا مساويا للرد على الآراء المخالفة

التحليل الإخباري

التحليل هو شرح للخبر ومقابلته للأخبار الأخرى المتعلقة بنفس الموضوع أو القضية سواء كانت متوافقة معه أو معارضة له ويستعرض المحلل الأنباء الخاصة بموضوع معين بعد ترتيبها بحيث يسهل على المستمع المقارنة والاستنتاج المنطقي

فهدف المحلل هو ان يشرح ويبسط ويفسر بدون ان ينحاز الي رأى أو اتجاه معين غير انه من الصعب ان يصل المحلل الى هذا الحياد التام عند تقديم التحليل وذلك ان رأي الكاتب يتم عن طريق أسلوبه في شرح وتقديم الأخبار ولهذا يقال ان التجرد والحياد الكامل عند تقديم التحليل ليس إلا أملاً ومثلاً أعلى من تحقيقه في الواقع

شريط الأخبار

شريط الأخبار عبارة عن برنامج الخبارى يستهدف فصل التحليلات والتعليقات عن الأخبار المجردة ويتضمن شريط الآبار مقابلات مع شهود عيان، أجزاء من خطب تقارير عن الأحداث من المندوبين او المراسلين أحاديث قصيرة ،مقابلات ، وتتخذ هذه الفقرات شكل الجريدة الناطقة ويتطلب شريط الأخبار هيئة تحرير كبيرة ، وامكانيات تقنية اضافية حتى ينتج بشكل جيد ،ويختار رئيس التحرير عدد محدد من الأخبار التي تحتاج الى شرح وتركيز من بين كم هائل من الأخبار المتاحة ويحتاج انتاج شريط الأخبار ابضاً الى مهارات عالية في استحدا الشرائط المسجلة وفقرات الربط بين المواد

تغطية الاجتماعات والخطب

تتركز مهمة المندوب الأفاعي عند تغطية الاجتماعات في اختصار الموضوعات المطولة التي تستغرق زمناً طويلا بحيث يختصرها المندوب في دقيقتين او ثلاثة وهذا لاختيار او اختيار اللقطات الصوتية هو الذي يبين قدرة المندوب وكفاءته ويستطيع المندوب ان يتعرف على الأجزاء الهامة من الاجتماع عن طريق الاطلاع المسبق على جدول الاعمال او من خلال توقع الأجزاء الهامة ويمكن للمندوب أيضا ان يحصل على تعليقات سريعة من الحاضرين للاجتماع.

ونفس الشي يحدث بالنسبة الى تغطية الخطب حيث يقدم المندوب الإذاعي تقريرا عن مضمون الخطاب مع تسجيل الفقرات الهامة التي تعتبر اهم تصريحات الخطيب، ويسعى المندوب في الحصول علي نص الخطاب مقدماً، وتحديد الفقرات الهامة وتحديد زمن اللقطات الصوتية ويجب ان يكون المندوب يقظا لاستطرادات المتحدث

وخروجه عن النص المكتوب وغالبا ما يفعل السياسيون ذلك وقد تكون تلك الإضافة هامة للغاية بحيث تغير المعنى المكتوب في النص.

تغطية المؤتمر الصحفي

يعتبر المؤتمر الصحفي من أكثر الوسائل الشائعة لصناعة الأخبار للحصول على وجهات النظر حول موضوع معين كما انها هامة بالنسبة للشخص الذي يعقد المؤتمر الصحفي وإذا كان موضوع المؤتمر الصحفي معروفاً للمندوب فانه يعد نفسه من خلال قراءة كل ما هو متاح من معلومات حول هذا الموضوع حتى يتسنى له توجيه أسئلة مناسبة وذكية إذا أتيحت الفرصة لذلك.

وأحيانا يتيح الداعي للمؤتمر نشرة معلومات تغطي موضوع المؤتمر ويمكن للمندوب ان يجد في هذه النشرة ملاحظات جديرة بالمناقشة ولذلك يجب ان يقرأها بعناية حتى يحدد الزاوية التي يتعلق منها لتقديم تقرير اخباري ناجح ويحرص المندوب علي الاستماع بدقة لكل الاسئلة والاجابات المثارة في المؤتمر الصحفي، مع تدوين الملاحظات الهامة

ولكي يتاح للمندوب فرصة التغطية الجيدة للمؤتمر لابد ان يذهب الى مقر المؤتمر مبكرا قدر الامكان حتى يحتل مكانا مناسبا داخل القاعة يتيح له سهولة توجيه الاسئلة ومتابعة وقائع المؤتمر تقارير تقصى الحقائق.

يقصد بتقارير تقصى الحقائق تلك النوعيات من التقارير الاخبارية التي تنطوي على التعمق وعرض وجهات نظر القائم بالاتصال، وتبحث هذه التقارير عما وراء الاخبار من خلفيات وتفاصيل، فهي تزيح الغطاء عن المساوئ التي لم تكن لتكشف لولا التقصي والبحث، وهذه النوعية من التقارير تحتاج الى جهود ضخمة من أجل

التوصل إليها وكذلك معلومات مؤكدة يمكن الاستناد اليها ولانطلاق منها لكشف جوانب الغموض في الخبر والهدف النهائي لهذه التقارير هو كشف الابعاد والأخطاء والتغير نحو الافضل فعلى سبيل المثال فعند نشوب حريق في مكان ما فان هذا الخبر يتطلب الوصف الموضوعي للحدث وتوجيه بعض الاسئلة المناسبة للشخصيات المعنية ، ولكن إذا تعمد المسؤولون اغفال بعض الحقائق أو حاولوا دون استكشافها، ثم حاول المندوب الإذاعي عن طريق البحث والتقصي الوصول الى الحقيقة فان ذلك يعتبر تقرير لتقصى الحقائق وبدون هذا العنصر الإضافي تصبح القصة الاخبارية من الاخبار المعتادة في النشرات الإخبارية

وهناك بعض المندوبين الذين يسعون الى التعرف على ما وراء الاخبار مثل مندوب المستهلك الذي يؤكد معلوماته من خلال البحث الدقيق وإبراز الاسباب الرئيسية وراء ظاهرة ارتفاع الأسعار وقد يكشف عن أسباب لم تكن معروفة ومع ذلك فهو لا يعتبر مندوبا لتقصى الحقائق ذلك ان مندوب تقصى الحقائق هو الشخص الوحيد الذي يستطيع كشف الاسرار وخبايا لم تكن لتكشف لولا جهوده في البحث والتقصي

تغطية الاحداث الخاصة

يتم تغطية الاحداث الخاصة كامتداد لتقديم الخدمية الاعلامية بالإذاعة وعادة ما يتم تغطية الاحداث الخاصة بإشراف قسم الاخبار وبعض هذه الاحداث تذاع على الهواء مباشرة وتشكل اهمية كبيرة للمستمعين

أشكال العمل الإخباري ومتطلباته

تنصب مهمة الإذاعة في العمل الإخباري على جانبين

١-تقديم الأخبار

٢-شرح وتفسير الأخبار

وتقوم الإذاعة بهاتين الوظيفتين من خلال العديد من الأشكال البرامجية لكل منها مواصفاته وخصائصه كما سبق وأن أوضحنا أما بالنسبة لتقديم الأخبار فان الإذاعة تقوم بذلك من خلال العديد من الاشكال البرامجية لكل منها خصائصه ومجالات استخداماته ويمكن حصر هذه الاشكال على النحو التالي

١- **النشرات والعروض الإخبارية**

وهي برامج تقدم في فترات زمنية محددة ومعروفة عدة مرات من خلال اليوم الواحد بما يوفر للمستمع الاطلاع ومتابعة كل ما يجد من اخبار على مدى اليوم كله.

وتضم النشرة عدداً من الأخبار التي تتعرض للانتقاء في ضوء الوقت المحدد للنشرة.

وعلى هذا فإن الأخبار التي يتم اختيارها يخضع كل منها لاعتبارات الوقت حيث تحدد له مدة زمنية معينة لا يتجاوزه عند قرأته في النشرة ومن ثم يكون على المحرر مراعاة ذلك اختيار المعلومات الأساسية في حدود الوقت المحدد

وعادة ما تنقسم النشرة الإخبارية إلى قسمين:

القسم الأول: يكون خاص بعناوين النشرة وهو للفت الأنظار إلى ما تتضمنه النشرة من أخبار وحتى تثير اهتمام المستمع ونضمن متابعته لكل ما فيها من اخبار ولذلك يجب ان تنصب عناوين النشرة على اهم وأقوي ما تتضمنه النشرة من أخبار وتصاغ بطريقة شديدة الاختصار تركز على أقوى ما ورد في الخبر من معلومات ووقائع

أما الأخبار التي تتضمنها النشرة فإنها تخضع لعامل الوقت والترتيب فضلا عن تنوع أساليب تقديمها حيث يجري تقديم الأخبار بأشكال مختلفة في النشرة الواحدة فيقدم الخبر مقروء من جانب مذيع النشرة او عن طريق تقريران مراسل او من خلال مقابلة إخبارية تتضمن تصريحاً لاحد المسؤولين.

أما بالنسبة للنشرات التليفزيونية والتي يطلق عليها عادة اصطلاح العروض الإخبارية لأنها تعتمد على الصور والمرئيات وأشكال التقديم التي تجعلها نوعا من أنواع الاستعراض وهي تخضع لكل الشروط السابقة مع استثناء تقديم العناوين في المقدمة نظرا لأنها تستغرق وقت أطول من التي تستغرقها النشرات الإخبارية بالراديو

٢- الموجزات

وهي نشرات قصيرة كما يدل على إثمها ومن ثم فهي تقدم في أوقات تتخلل النشرات الاخبارية أي تقع بين مواعيد النشرات الرئيسية وعلى ذلك فان تحرير الأخبار للموجزات ينبغي أن يكون بمثابة عناوين للأخبار المهمة والرئيسية التي سبق تقديمها في النشرة السابقة على الموجز فضلاً عما يكون قد ورد من أخبار

جديدة على ان تقدم هي الأخرى بإيجاز شديد ومن يم ينصب التركيز على أهم ما في الخبر

٣-قطع البرنامج

وهو شكل يقتصر تقديمه على ظروف خاصة تتعلق بورود نبأ هام ،بل يكون على أكبر قدر من الأهمية، بحيث لا يمكن تأجيل إذاعته الي موعد النشرة أو الموجز القادم ومن ثم يتم قطع البرنامج المذاع على الهواء مباشرة وإذاعة الخبر التالي حيث يقدم عادة بكلمة (جاءنا الان ما يلى)أو (إليكم النبأ التالي)وهنا ينبغي ان يصاغ مثل هذا الخبر في أقل عدد ممكن من الكلمات وهذا ما يحدث بالضرورة نظراً لأن المعلومات الكاملة والتفاصيل الخاصة بالخبر لا تكون وصلت المحطة الاذاعية كما أنه قد يتم إرجائها الي النشرة الرئيسية إن كانت طبيعة الخبر تحتمل مثل هذا التأجيل

٤-التقارير الإخبارية

إن الأشكال الثلاثة السابقة انما ترتبط بأخبار ذات الصفة العاجلة او التي نسعى إلى ايصالها للمتلقي بصورة عاجلة ومن ثم تقتصر على تقديم المعلومات والوقائع الأساسية اما التفاصيل نتركها إلى ما بعد النشرة الأصلية حيث تقدم في شكل تقارير، وعلى هذا فإن التقرير الإخباري والذي يمكن أن نتلقاه مباشرة على الهواء او نذيعه مسجلاً بصوت المذيع من موقع الحدث أو مقروء بصوت المذيع من داخل الاستديو

ويجب أن يخضع التقرير للاعتبارات التالية

١-الخضوع لعامل الوقت، ومن ثم يجب التركيز على المعلومات المهمة

٢–أن يوضح التقرير جوانب الخبر المختلفة من حيث نتائجه وأثاره وذلك من خلال ردود الفعل الحقيقية وليس من خلال رأى ووجهة نظر المندوب وإلا أصبح ذلك تقريرا أو تحليلا

٣–أن يذكر الخبر أو الواقعة الأصلية في البداية بشكل مختصر جداً ثم يركز على التفاصيل بشرط ان تكون اساسية وضرورية وتلقى الضوء على الخبر

٤–أن يأتي ترتيب المعلومات متسلسلاً منطقياً بحيث تمهد كل معلومة إلى ما بعدها وتؤدى إليها

الاتصال الاعلاني

تعريف الاعلان: شكل من اشكال الاتصال الشخصي يجري عبر وسيلة متخصصة مدفوعة الاجر وبواسطة جهة معلومة ومحددة.

يقدم الإعلان رسالة متكاملة يمكن التحكم بها ويقوم بإيصال رسائل إلى عدد كبير من الناس وبكلفة قليلة للاتصال وإن طبيعة رسالة الإعلان هي التي تحدد إمكانية نجاح الإعلان أو فشله وإن اختيار الوسيلة الإعلانية أو النشاط الإعلاني المناسب يأتي متلازما مع الرسالة الموجهة

خصائص الاعلان

الاعلان هو عملية اتصال جماهيرية غير شخصية تتم بين المعلن والجمهور المعلن اليه وهذه الوسيلة تختلف باختلاف السلع او الخدمات المعلن عنها

الاعلان يدفع عنه اجر محدد

يستهدف الاعلان اعطاء معلومات عن افكار وخدمات واشخاص محددين

الهدف منه هو حث المستهلك على شراء السلعة

يبث عبر وسائل اعلانية مختلفة

انواع الاعلان:

الاعلان التعليمي: وهو الذي يتعلق بتسويق السلع الجديدة التي لم يسبق لها وجود في السوق

الاعلان الارشادي والاخباري: يستهدف اخبار الجمهور بالمعلومات التي تيسر له الحصول عل الشي المعلن عنه بأقل جهد وأقصر وقت واقل النفقات

الاعلان الاعلامي: يعمل على تقوية صناعة او نوع معين من السلع والخدمات

الاعلان التذكيري: يستهدف تذكير الجمهور بسلع وخدمات وافكار الشركة

الاعلان التنافسي: يكون على سلع وخدمات متنافسة متكافئة في النوع ومتساوية مع بعضها البعض في الخصائص وظروف الاستعمال

أسس اختيار الوسيلة الإعلانية

إن مخطط الوسيلة الإعلانية يجب أن يعرف طاقة كل وسيلة إعلانية على الوصول التكرار والاستمرارية، وعليه أن يختار من بين هذه الوسائل بناء على مجموعة من المتغيرات التالية:

عادات الوسيلة الإعلانية للجمهور المستهدف: لكل وسيلة إعلانية خصائصها التي تميزها عن غيرها بالنسبة للجمهور الذي يتعامل معها، فعلى سبيل المثال إذا كان جمهورك المستهدف هو الأطفال فبإمكانك مخاطبتهم من خلال مجلات الأطفال أو من خلال فترات الأطفال في المحطات التلفزيونية، أما إذا كان الجمهور المستهدف هو السيدات فهناك أيضا عدد من البرامج التي تقبل النساء عليها بشكل أكبر من خلال التلفزيون وهناك أيضا المجلات النسائية المتخصصة، وهكذا حسب طبيعة الجمهور وعلاقاته مع الوسيلة الإعلانية المناسبة له.

طبيعة ونوع المنتج : حيث يعتبر نوع السلعة أو الخدمة أحد أهم المعايير الواجب إعطاؤها وزنا كبيرا عند اختيار وسيلة الإعلان المناسبة ، فمن خلال التحديد لنوع

السلع أو الخدمات تتحدد الوسائل ، فالملابس النسائية مثلا يمكن إظهارها بشكل أكبر وأفضل من خلال المجلات النسائية ، والكاميرات يمكن أن يتم وصفها وتجربتها بشكل أفضل من خلال التلفزيون ، والإعلان عن السلع الاستهلاكية يكون أفضل من خلال الوسائل المرئية ، أما السلع الصناعية فيلائمها بشكل أكبر الوسائل المقروءة على اختلاف أنواعها لحاجتها إلى تقديم معلومات فنية أكثر يصعب تقديمه من خلال الوسائل المرئية لطول الوقت وارتفاع التكلفة ، والوسائل الإعلانية تمتلك إمكانيات مختلفة فيما بينها من حيث التجربة والتصوير والتوضيح والمصداقية واللون ... إلخ .

المنطقة الجغرافية: تعتبر المناطق الجغرافية المطلوب تغطيتها من أهم النقاط الواجب أخذها في الاعتبار عند التفكير في اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة، فإذا كان الإعلان محليا فلابد وأن نتوقع أن وسيلتنا الإعلانية الملائمة سوف تختلف عن الوضع إذا كان الإعلان دولياً.

ونظراً لاختلاف وسائل الإعلان (المرئية والمسموعة والمقروءة) فإن طبيعة التغطية الجغرافية سوف تختلف بالتبعية، ففي حين ننظر لها في حالة التلفزيون والإذاعة على أنها المناطق التي يصل إليها الإرسال التلفزيوني والاذاعي سواء داخل

الدولة أو خارجها، نرى الأمر يختلف تماما إذا انتقلنا إلى الوسائل المقروءة، إذ أننا نعني بها الأماكن التي تصل إليها الوسيلة المقروءة.

طبيعة الرسالة أو الإعلان: إذ لابد أن تختلف الوسيلة حسب نوع الإعلان المراد إيصاله إلى المستهلك، فمثلا الرسالة التي تتضمن إعلان عن مبيعات رئيسية في اليوم التالي يتضمن فرصة للبيع في ذلك اليوم، يتطلب أن يكون الإعلان في الصحف

اليومية أو التلفاز وليس في المجلات مثلا، أما الرسالة التي تحتوي على معلومات فنية معقدة فإنها تتطلب أن يكون الإعلان عنها في مجلات متخصصة.

تكلفة الإعلان والوسيلة: حيث أن عنصر التكلفة يعد أحد العناصر المتحكمة في اختيار وسيلة الإعلان، ففي حالة الإعلان الصحفي نجد أن التكلفة تعتمد على سعر السطر أو السنتيمتر، والإعلان التلفزيوني يتم حسابه بالثانية حسب مدة الإعلان وتوقيت الإذاعة، كما أن التكلفة عند استخدام الوسائل المرئية والمسموعة تختلف عنها في حال استخدام الوسائل المقروءة نظراً لتأثرها بنوعين من التكلفة تكلفة ثابتة موجهة إلى إنتاج الفيلم، وتكلفة العرض أو الإذاعة.

الاعلان الاذاعي:

حيث له اشكال تختلف عنها في وسائل الاعلان الاخرى

الاعلان الخاطف: وهو نص يذكر في إطار موسيقى او غناء او شعارات ونداءات

الاعلان المباشر: وهو الذي يقرأه مذيع واحد او مذيعة او يتبادل قراءته مذيعان ويوضع عادة بين فقرتين من فقرات البرنامج

المحادثة (الديلوج): وهو عادة يجري بين شخصين لجذب انتباه المستمع ويأتي ضمن الحديث ذكر اسم السلعة المعلن عنها

البرنامج: يعد المعلن برنامجا كاملا ويشتري برنامجا معدا بالفعل يدفع كل تكاليفه ويكون اما موسيقيا او غنائيا او منوعا او على شكل تمثيلية اذاعية ويهدي البرنامج للمستمعين وبالتالي يعلن عن السلعة في بداية البرنامج ونهايته

وتتحيز الاذاعة الوقت المناسب من الناحية النفسية التي تيسر تقبل الاعلان كما تراعي القواعد والاسس الفنية عند تنسيق فقرات البرنامج

شكل الاعلان في الراديو:

الإعلان عن طريق البرامج المكفولة

الاعلان المباشر

الاعلان عن طريق البرامج المكفولة:

يتبع في كافة محطات الراديو التجارية وهي التي تعني قيام المعلن بدفع تكاليف انتاجها كاملة بالإضافة الى ما تطلبه المحطة سعرا للهواء حسب قوائم اسعارها وبالتالي يحصل المعلن مقابل ذلك على ١٥%من مدة البرنامج لبث اعلاناته من خلال البرنامج

الاعلان المباشر:

وهي التي تذاع بين فقرات البرنامج أيا كان نوعها دون ان يكون لهذ الاعلانات اي علاقة بالبرنامج المذاع اي تذاع ضمن الفقرات المخصصة للإعلان ولا تدخل في مضمون البرنامج وتبدل مدتها من ١٠ ثواني الى دقيقة واحدة وقد تقبل المحطة اعلانات تزيد مدتها عن دقيقة

صيغ الإعلان في الراديو:

صيغة الاداء الفردي: وهي تسمى الخبر الاعلاني وهو رسالة اعلانية قصيرة يستغرق اقل من الدقيقة واستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية قليل معها وهي تناسب

الاعلانات التي تتجه الى فئة محددة من الجمهور الذي يهتم بالسلعة وليس الجمهور ككل

الصيغة الدرامية: وتنقسم الى نوعين

١-الصيغة التمثيلية ٢-الصيغة الحوارية

الصيغة الحوارية: والذي نطلق عليه الديلوج وهو شكل حديث عادي بين شخصين او أكثر وفي بعض الاحسان كصيغة سؤال وجواب كل شخصية توجه الحديث للشخصية الأخرى في حوار دائر بينهما يذكر خلاله اسم السلعة أو الخدمة أو المتجر (يجب أن يكون الحوار واقعيا بعيدا عن التكلف والتصنع ويفضل أن يدور حول فكرة إعلانية واحدة)

انواعها:

الحوارية العادية: ويقوم بتقديمها المذيعون وقد يستحمد فيها موسيقى

الحوارية الغنائية: حوار غنائي بين الشخصيات

الصيغة التمثيلية: ويطلق عليها الاعلان الدرامي المتعدد الاطراف وهي عبارة عن مشهد تمثيلي قصير جدا يدور حول السلعة أو الخدمة وتقدم بأحد الأسلوبين: إيجابي: يوضح بطريقة مباشرة نتائج استخدام السلعة أو الخدمة وهناك السلبي: يوضح نتيجة عدم استخدام السلعة.

انواعها:

التمثيلية الدلالية: وهي التي تقوم على تقديم الادلة والبراهين التي توضح اهمية السلعة او الخدمة

التمثيلية التي تقدم معلومات خاصة عن السلعة او الخدمة ولا تقدم ا ادلة او براهين عنها ولكن تترك الاستنتاج للمستمع

الصيغة الغنائية: الاكثر شيوعا ولا تناسب الا السلع الشائعة الاستخدام وتعرف الاغنية الاعلانية على انها ايقاع بسيط خفيف له نظم أو وزن متكرر وقد تؤدى بشكل فردي (مطربة أو مطرب أو مجموعة) ويفضل أن تكون كلماتها بسيطة وسهلة واستخدام كلمات عامة شعبية ومتداولة مع إعطاء اسم السلعة إيقاعا متميزا عن باقي الأغنية.

الصيغة المختلطة: وهي التي تجمع بين صيغتين او أكثر من الصيغ السابقة والاعلانات الغنائية هي التي تمثل النوع الرئيسي في هذه الصيغة

اسس كتابة النص الاعلاني المذاع في الراديو:

الكتابة للأذن: يجب اختيار كلمات النص الاعلاني وفقا لقيمتها الصوتية والابتعاد عن الجمل المعقدة وبالتالي اختيار الكلمات البسيطة التي يسهل على الاذن تقبلها

ان يتضمن النص فكرة اعلانية واحدة: اوضحت الدراسات ان المستمعون يتذكرون الاعلان الذي يدور حول فكرة اعلانية واحدة وذلك بسبب اعتمادهم على حاسة السمع فقط

التركيز على الاسم: لوحظ ان عددا كبيرا من المستمعين يستمعون الى الجزء الاول من الرسالة الاعلانية ولا يلتفت الي بقيتها لذلك الانتباه على التركيز على اسم السلعة او

الخدمة منذ اول جملة في الإعلان لأن كثيرا من المستمعين بعد سماع الجزء الأول من الإعلان يتحولون إلى أنصاف مستمعين.

التكرار: من اجل تحقيق التأثير المطلوب من المفيد تكرار اسم السلعة او الخدمة عدة مرات في النص الاعلاني الواحد ولا توجد قاعدة ثابتة لعدد مرات التكرار فهو يرجع الى طبيعة الشي المراد تكراره

الوضوح: لا شك ان هناك صراع بين الفكرة الاعلانية والوقت فكل منهما يحاول التفوق على الاخر فالفكرة تحاول ان تبقى في ذهن المستمع وتذكرها في اي وقت والوقت الذي بمروره قد تتعرض هذه الفكرة فيه للنسيان وبالتالي لابد من الوضوح في اسم السلعة ووضوح الصوت في الاعلان واستخدام كلمات مألوفة وجمل قصيرة وكلمات وصفية

استخدام الأسلوب الايجابي للسلعة: وذلك لان له تأثير أفضل من الجانب السلبي اي التركيز على الفائدة والمتعة من استخدام السلعة وبالتالي استخدام الكلمات التشجيعية والتفاؤلية مثال (لن تسعل بعد اليوم) لا شك ان هذا النص له تأثير على المستمع

خلق الصورة الذهنية المواتية للسلعة والخدمة: من اجل ان يتحقق ذلك لابد من مراعاة جانبين اساسين:

الايحاء: اي التوجه الى غرائز المستمع وعواطفه وليس عقله بحيث محرر الاعلان لا يترك للمستمع حرية التفكير وأفضل اعلانات الراديو التي تخلق هذا الايحاء هي الاعلانات التمثيلية أي استخدام الكلمات الجذابة يلعب دورا كبيرا.

الخيال: يحاول النص الاعلاني استثارة خيال المستمع عن طريق تحريك كافة الصور الذهنية التي قد تتداعى الى ذهن المستمع عند سماعه للإعلان فكل سلعة ترتبط في خيال المستمع بصورة معينة تنتج من النص الإعلاني والذي يعمل على تثبيتها.

استخدام الكلمات التي تدفع المستمع الى العمل: يجب ان يختتم النص الاعلاني بالفكرة المراد التأكيد عليها وهي التي تدفع المستمع للاستجابة مثل (اقتصد. جرب. انتهز الفرصة. لا تتأخر)

استخدام الجمل الاستفهامية والتعجبية: ان هذه الجمل تشعر المستمع بالفردية وبان النص الاعلاني موجه له وحده ويزداد تأثير هذه الجمل إذا تم استخدامها في بداية الإعلان لأنها تستوقف المستمع وتجعله يفكر.

توفر عنصر الصدق: لابد ان يكون النص الاعلاني قابلا للتصديق مما يساعد على سرعة الاقتناع به ويتحقق عن طريق ذكر المواصفات الحقيقية للسلعة والابتعاد عن المبالغة والكلمات العامة التي تنطبق على اي سلعة

استخدام شهادة الخبراء: من اجل سرعة اقتناع المستمعين من أجل توضيح أنها معتمدة ومجربة من قبل

وسائل التعبير الاذاعي

الاصوات: لابد ان يكون هناك صوت مميز يساهم في خلق الصورة الذهنية في مخيلة المستمع ويذهب البعض الى ان التقديم الجيد ليس مجرد اداء بل كالتمثيل الجيد. لا يقنع الا إذا فهم مقدم الاعلان ما يقوله واقتنع به

العوامل التي يجب ان تراعى في تقديم الاعلان:

ان يكون الاداء طبيعيا وغير متكلف

ان يتفق مع طبيعة السلعة أو الخدمة العلن عنها وهناك نوعين من الأداء:

الأداء الواقعي البعيد عن أي تلوين صوتي يستخدم طبقة صوتية واحدة

الأداء الشاعري من اجل إحداث تأثير عاطفي وهنا يستخدم التلوين الصوتي بصورة كبيرة (كمستحضرات التجميل والعطور)

التركيز على اسم السلعة بطبقة صوتية معينة من أجل أن تعلق في أذهان المستمعين.
ان يكون الصوت مناسبا لطبيعة الاعلان

الموسيقى: حيث تعتبر انعكاسا للواقع والحياة التي نعيشها وهي تعتبر أحد الرموز القوية التي تضفي قيمة كبيرة للمادة الاذاعية

انواع الموسيقى المستخدمة في الاعلان:

مؤلفة: توضع خصيصا للإعلان

مسجلة: اما على اشرطة او اسطوانات يختار المخرج منها ما يلائم النص الاعلاني وهو يستخدم مع الاعلان ومع غيره من المواد الاذاعية وهو عكس النوع الاول

استخدامات الموسيقى في الاعلان:

خلق جو مناسب للسلعة او الخدمة

ابراز الفكرة الاعلانية او اسم السلعة والخدمة

ربط اجزاء الرسالة مع بعضها

احداث الايقاع المطلوب في الرسالة الاعلانية

تستخدم للفصل بين فكرتين في الاعلان الواحد

تستخدم للتعبير والايضاح

المؤثرات الصوتية:

تعتبر إلى جانب الموسيقى أحد العناصر الأساسية التي تساعد في إبراز الاعلان المذاع في الراديو

انواع المؤثرات الصوتية:

واقعية طبيعية تصدر من مصادرها الطبيعية كخطوات الاقدام وفتح الأبواب والتصفيق تعمل على استدعاء صورة ذهنية معينة لمخيلة المستمع

مؤثرات صناعية وهي اما مجردة لا تشير الى فعل حركي كأصوات الرياح والامطار او كهربائية من الآلات كجرس الباب او التلفون او حركية كتحرك قطار او اقلاع طائرة وبالتالي لا دخل للإنسان بها

استخدام المؤثرات الصوتية:

تعمل على تصوير المكان أي أنها بمثابة كاميرا صوتية تسجل المكان للمستمع

تستخدم كمؤشر لتحديد الوقت

تعمل على خلق الجو النفسي المناسب للإعلان

وسيلة للتعبير والإيضاح

تدريبات الفصل السادس

تحدث باختصار عن

١- كتابة الاخبار...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

………………………………………………………

٢–تغطية المؤتمر الصحفي………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

……………………………………………………………………

....
....
....
....
....

.٣-أشكال الإعلان..

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

الفصل السابع

الدراما الاذاعية والتليفزيونية

- الدراما الإذاعية والتليفزيونية
- التمثيلة الإذاعية
- أنواع التمثيليات الإذاعية
- الدراما التليفزيونية
- أشكال الدراما
- البناء الدرامي في المسلسلات

الاهداف الاجرائية

بعد دراسة هذا الفصل يجب ان يكون الدارس قادر على معرفة:

الدراما الإذاعية والتليفزيونية

-التمثيلة الإذاعية

-أنواع التمثيليات الإذاعية

-الدراما التليفزيونية

-أشكال الدراما

-البناء الدرامي في المسلسلات

الدراما الإذاعية والتليفزيونية

أولا: –التمثيلة الإذاعية

التمثيلة الإذاعية تمثليه لها قواعدها وأصولها التي انبثقت من خلال الطابع الصوتي للراديو فالتمثيلية الإذاعية عبارة عن قصة يتم تحويلها غلي مجموعة من المسامع يسلم كل مسمع إلى المسمع الذي يليه بحيث يدفع كل مسمع الأحداث إلى الأمام

ويتم الانتقال بين هذه المسامع المختلفة بعدة طرق عن طريق المؤثرات الصوتية المختلفة أو يتم الانتقال باستخدام الموسيقى أو قد يتم المزج بين المؤثرات الصوتية والموسيقى إذا كان الانتقال في الزمان والمكان وقد يتم الانتقال عن طريق التلاشي وقد يتم النقل عن طريق فترات الصمت بمعنى عمل فترات صمت خالية من أي تسجيل بين المسمع والمسمع الذي يليه ويشترط وحدة هذا الأسلوب أي لا يجوز الجمع بين الانتقال بفترات الصمت والنقل بالموسيقى

وتعتبر التمثيلة الإذاعية من أهم الأشكال البرامجية التي يقبل المستمعين عليها حيث تعتبر من وسائل الترفيه عن المستمع وما يواجه طوال اليوم من مشكلات فهي احدى الوسائل للخروج من هذه المشكلات.

أنواع التمثيليات

أولاً: التمثيلية المسلسلة

وهي التمثيلية التي تقدم في حلقات حيث تقف كل حلقة عند ذروة محددة او موقف مثير أو محير يشوق المستمع إلي متابعة الأحداث في الحلقة التالية دون افتعال لهذه الذرى، ويشترط أن ننتقل من المسمع الأخير إلي المسمع الأول في الحلقة التالية انتقالاً منطقياً تتصاعد معه الأحداث من موقف إلي موقف ويفضل أن تكون نهاية

الحلقة متعلقة بالشخصية الرئيسية ويمكن إحداث هذه الإثارة والمواقف المشوقة بمجرد إبراز التعاطف مع الشخصية الرئيسية وعادة لا تزيد مدة الحلقة عن خمس عشرة دقيقة والمسلسل ممكن أن يكون مسلسلاً شهرياً أو نصف شهري أو سباعية أو خماسية ولا حدود بالنسبة لعدد الحلقات وزيادتها ونقصانها

أنواع التمثيليات الإذاعية

١-المسلسلات الحرة:

وهي تمثيليات مسلسلة مفتوحة لا يحدها شكل معين، ويمكن أن يتناول هذا النوع من المسلسلات موضوعات مختلفة (اجتماعية، سياسية، دينية، عاطفية، بوليسية، أو من الخيال العلمي

٢-تمثيليات العائلة

هي تمثليه مسلسلة أبطالها شخصيات ثابتة كعائلة واحدة ٠والمستمع دائماً يحب أن تكون العائلة من الطبقة المتوسطة وهذه المسلسلات تمتد عادة إلى سنوات طويلة مثل مسلسل عيلة مرزوق الذي يقدم من خلال البرنامج العام

٣-مسلسلات المكان الثابت

وهي تمثيليات مسلسلة تدور أحداثها في مكان واحد وتكون كل حلقة مكتملة تتناول موضوعان مختلفة عن الحلقة التالية ولكن جميع إحداث الحلقات تدور في مكان واحد ،مثل التمثيليات التي تدور أحداثها في فندق أو مطار أو طائرة ،فالمكان هنا هو المحور الذي تدور حوله الأحداث ،ويكون لدينا عادة عدد من الشخصيات الثابتة في كل حلقة مع تغير بعض الشخصيات طبقاً لموضوع الحلقة ففي الفندق علي سبيل المثال نجد شخصية المدير وموظف الاستقبال وضابط الأمن وبعض الموظفين

شخصيات ثابتة ،ثم يظهر في كل حلقة نجوم آخرون وطبيعة المكان تفرض إلي حد كبير نوع الموضوعان التي يتم تناولها.

٤-مسلسلات الفريق الثابت:

وهي المسلسلات التي يكون أبطالها فريق ثابت لكننا نلتقي بهم في كل حلقة في قصة أو موضوع مختلف ينتهي بنهاية الحلقة فهي مجموعة حلقات مكتملة وهذا النوع يسمح للمستمع بمتابعة الحلقات حتى إذا فاته سماع حلقة أو اثنين من المسلسل

٥-مسلسلات القوالب الثابتة

وهي أشبه بمسلسلات المكان الواحد ولكن القالب التي تقدم فيه الحلقات لا المكان مع اختلاف في الموضوع أيضاً ومن أمثلة ذلك مسلسل حكمت المحكمة حيث تقدم في كل حلقة قضية من القضايا التي عرضت أمام القضاء

٦-مسلسلات الشخصية الثابتة

وفي هذا النوع من المسلسلات يكون محور المسلسل نجم معروف أو شخصية خيالية تقوم بدور البطولة كأن نقدم مسلسلا باسم مغامرات عادل إمام وفي كل حلقة نقدم حكاية مكتملة أبطالها عادل إمام أو نقدم شخصية ضابط شرطة كبطل في مسلسل ونلتقي به في كل حلة في حكاية مختلفة توضح دورة.

ثانياً: التمثيلة المكتملة

وهي التمثيلة التي نتابع فيها حكاية محددة تنتهي أحداثها بانتهاء المساحة الزمنية المخصصة لإذاعتها، سواء أكانت تمثيلية خاطفة مدتها خمس دقائق أو اقل أو تمثليه تذاع في عشر أو خمس عشرة دقيقة أنصف ساعة أو ساعة كاملة.

وهناك أنواع عديدة للتمثيليات المكتملة

١-التمثيلية الاجتماعية

وهي التمثيلية التي يستقى الكاتب فيها قصته من الواقع فموضوعاتها نابعة من صميم المجتمع فهي تمثليه واقعية يأخذها الكاتب من واقع المجتمع مع وجود وجهة نظر خاصة للكاتب يقدمها من خلال عرضه للموضوع ومصادر التمثيلة الإذاعية ما يطلق علية التجارب الاجتماعية ويستطيع الكاتب الجيد وضع يده على تلك التجارب من خلال معايشته الواعية لمجرى الحياة في المجتمع مستعيناً بما لديه من قوة الملاحظة بالإضافة إلى قراءاته ودراسته لواقع مجتمعه كما يستطيع الكاتب الاستعانة برصيده هو نفسه من التجارب الذاتية التي مر بها في حياته دون ان يشعرنا انه يقدم شيئاً خاصاً به هو شخصياً والصراع الذي يبرزه الكاتب في المسلسل هو أساس التمثيلة الإذاعية فالصراع قد يكون صراع الفرد ضد المجتمع أو صراع المجتمع ضد الفرد وقد يكون الصراع بين الفرد وذاته وهو صراع يعايشه أصحاب المبادئ الذين يعانون من ضغوط نفسيه وإغرأت مادية أو سياسية تتعارض مع مثاليات الشخص إنه صراع يحاول فيها الشخص التغلب على نوازع نفسه.

٢-التمثلية الدينية

وهي التمثيلية التي تعالج موضوعاً دينياً وهي شكل إذاعي متميز لشرح مبادى الدين الحنيف والدعوة إلي التمسك بتعاليمه وتثبيت المفاهيم الدينية والتصدي للحملات المعادية للإسلام والمسلمين وكذلك عرض تعاليم الدين الإسلامي وأسسه ومجالات التمثيلية الإذاعية الدينية مجالات خصبة وواسعة تشمل القصص القران والسيرة النبوية وسير الخلفاء الراشدين والصحابة وأولياء الله الصالحين والشخصيات البارزة في تاريخ الإسلام والتمثيلية الدينية الناجحة هي التي تؤكد دورها كوسيلة إقناع ناجحة.

٣-التمثيلية البوليسية

وهي التمثيلية التي تدور أحداثها حول جريمة غامضة ويظل الصراع قائماً في التمثيلية حتى يزول هذا الغموض بتحديد شخصية الجاني والقبض عليه بعد مطاردة مثيرة وقد يكون شخصية الجاني معروف من البداية وما يدور من أحداث يكون بمثابة مطاردته من أجل الإيقاع به والقبض عليه.

٤-التمثيلية الوطنية

وهي التمثيلية التي تقدم صوراً متعددة من صور الكفاح في سبيل الوطن ولا يقتصر ذلك على مجال الكفاح من أجل الاستقلال والتصدي للقوى الخارجية المعادية فقط ولكن يشمل ذلك أبضاً كافة صور الكفاح من اجل الحريات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخذ بيد الجماهير نحو كل ما هو أفضل.

٥-التمثيلية الفكاهية

وتهدف هذه التمثيليات بالدرجة الأولى إلى الترفيه ولكنها طبقاً للمفهوم السليم لفن الكوميديا تمثيليات انتقادية تجعلنا نضحك من أخطائنا والسلبيات القائمة في المجتمع ويعتمد هذا النوع من المسلسلات على غرابة الموقف والمفارقات والتضاد بين الشخصيات والمآزق التي تقع فيها الشخصيات نتيجة الجهل وعدم الخبرة أو الغرور أو السذاجة او الدهاء والخبث.

٦-التمثيلية العاطفية

وهي بطبيعتها ذات طابع اجتماعي ولكنها تتناول قصة من قصص الحب فالتمثيليات العاطفية مليئة دائماً بالمشاعر الفياضة والدفيء، ومعاني الخير، والمثل العليا، فهي تنقل للمستمع قصص الحب الرومانسية التي تبدأ بالصراع نتيجة وجود شخصية زائدة

فالحب دائماً بين رجل وامرأة فإذا وجد رجل زائد تولد الصراع، وإذا وجدت امرأة زائدة تولد الصراع أيضا.

٧-تمثيلية الخيال العلمي

الراديو من انجح الوسائل في معالجة موضوعات الخيال العلم وتقديم التمثيليات الإذاعية التي تحمل هذا الطابع، فإمكانيات الراديو غير محدودة بالنسبة لتخطى حدود الزمان والمكان، حيث أن إمكانية تصوير الحياة في الفضاء او في باطن الأرض أو في قاع المحيطات، هذا وقد تحظى تمثيليات الخيال العلمي بشعبية كبيرة وبصفة خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي نعيشه في الوقت الحاد

٨-التمثلية الوظيفية

وهي التمثيليات التي توظف لخدمة أهداف تعليمية أو سياسية أو أيديولوجية أو تحريضية فنجد هذه التمثيلة تخدم أغراض محددة

فقد يتم تبسيط درس من الدروس في شكل تمثيلية لخدمة الطلاب في مرحلة من المراحل

٩-التمثيليات المعدة

وهي التمثيليات التي يتم أعدادها عن قصة قصيرة أو طويلة أو روايات مسرحية ويتم إخضاع هذه القصص إلي قواعد الكتابة الإذاعية مع استبعاد الوصف والتحليل ويكون الاعتماد دائما على الحوار المتوازن مع المؤثرات الصوتية والموسيقي لتعويض ما في المسرح من ديكور وحركة وإضاءة وما في الروايات والقصص من تفسير وتحليل.

١٠-تمثيليات الأطفال

وهي من أفضل الفنون الإذاعية جذبا للأطفال لأنها تجذب انتباههم وتثير خيالهم وتسمح بإطلاق العنان لهذا الخيال وتساعدهم على التفكير وتصور المواقف واستكمال الصور في أذهانهم

التمثيلية الإذاعية لأطفال عن طريق إمكانيات الراديو اللامحدودة يمكن أن تنتقل بهم في الأجواء الخيالية وأجواء المغامرات وفي ممالك السحر في كل مكان في الفضاء وفي قاع البحار والمحيطات

القواعد العامة التي يجب أن يراعيها الكاتب الإذاعي عند كتابة التمثيلة الإذاعية

هناك مجموعة من القواعد التي يجب أن يراعيها الكاتب الإذاعي عند كتابة التمثيلية الإذاعية

١-التمثيلية الإذاعية تمثيلية واقعية بالدرجة الأولى تمتاز بالوضوح لا مجال فيها للرمزيات أو الإيماءات أو الأفكار المجردة والواقعية هنا تعنى إمكانية حدوث القصة في الحياة فالمستمع يضع نفسه دائماً مكان البطل مع وجود رؤية واضحة لهذا الكاتب بالنسبة للواقع.

٢-لابد أن ينتصر الخير على الشر بمعنى أن تنتصر العدالة دائماً ويعاقب المجرم على أفعاله ويكافأ الشخص النبيل على أفعالة

٣-يجب أن يكون اسم المسلسل واضحاً وموحيات بالموضوع وقصير حيث أن وضوح الهدف من التمثيليات أمر علي درجة كبيرة من الأهمية

٤-التمثيلية تبدأ دائماً بذروة الأحداث فلا مجال للتمهيد أو الوصف أو التقديم والتعريف بالشخصيات،

٥-الموضوعات التي توفر البسمة والمتعة للمستمع هي الأفضل دائماً وليس معني ذلك أن تكون التمثيلية كوميدية بل يقصد بالمتعة كل ما يشد الانتباه ويوفر التسلية والمستمع يتقبل النقد والسخرية من ممارساته وممارسات طبقته كما تسعده قصص الحب والقصص الاجتماعية.

٦-من الواقعية ان لا تكون الأحداث بعيدة عن الأجواء التي يعيش فيها جماهير المستمعين فهم لا يودون أن يعيش بطلهم في جو من الرفاهية لا تكون في متناولهم

٧-لابد من اختيار أسماء الشخصيات من الأسماء المقبولة اجتماعيا وهي الأسماء العادية مثل محمد، فاطمة، زينب ٠٠٠الخ

أن تكون أحداث التمثيلة منطقية في تسلسلها ولا تخرج عن الحبكة الفنية التي تؤدى إلى النهاية الطبيعية للأحداث

٨-الانتقال في الزمان والمكان من مسمع إلى مسمع يوفر الحيوية والحركة اللازمة لتصاعد الأحداث

٩-يجب ان يكون الحوار الإذاعي حواراً صاعدا بمعنى انه يحرك الأحداث كما يجب إن يكون الحوار بسيطا واضحا معبراً عن الشخصية وأبعادها ودورها ومكانتها

١٠-تحديد عدد الشخصيات أمر علي درجة كبيرة من الأهمية حتى لا يصاب المستمع بحيرة، ويعجز عن الإمساك بالشخصيات الموجودة في التمثيلية

١١-يمكن استخدام الراوي للأحداث في التمثيليات التاريخية أو المعدة عن أعمال روائية أو مسرحية كبيرة اختصاراً للأحداث دون الإخلال بها.

ثانياً الدراما التليفزيونية

يقوم الإعلام بدور كبير في تغيير القيم حيث يتفق علماء الاجتماع والاقتصاد على أن أي تغيير اجتماعي مقصود في المجتمع يصل إلى الناس عبر وسائل الإعلام إذ إنه لا يمكن أن يتم أي تغيير في المجتمع بمعزل عن استخدام هذه الوسائل التي تعد الأدوات المهمة والرئيسية والمساعدة في مخاطبة الناس، وشرح ونقل تلك التغيرات الجديدة التي ستحدث في المجتمع وفي بنيانه ووظائفه حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقاً للتغيير الذي سيطرأ.

وهذا يشير إلى أن وسائل الإعلام تعد أساس عملية التغيير الاجتماعي وذلك لما يتم من خلال تلك الوسائل من عمليات تكوين الآراء وتغيير المفاهيم وأنماط السلوك وتثبيت القيم المرغوب فيها وتدعيمها وتمثل وسائل الاتصال المرئية والمسموعة دور بالغ التأثير في حياة الطفل ونشأته

فالإعلام الحالي – والتليفزيون أقوى وسائله – أصبح جزءاً لا يتجزأ من العملية التربوية للطفل وتنشئته الاجتماعية والسياسية وتشكيل وجدانه وتكوين ثقافته يتميز التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري عن باقي الوسائل الأخرى بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية من حيث الصوت ومزايا السينما من حيث الصورة واللون ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضفي الحيوية على المشَاهد التي يَعرضها التليفزيون.

ولهذا نجد أن التليفزيون يأتي في مقدمة وسائل الاتصال التي يقبل المراهقون على متابعته حيث أثبتت إحدى الدراسات أن التليفزيون أكثر الوسائل التي يقضى المراهق أمامه وقت قد يصل إلى ثلث اليوم)

وقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية لإحدى الدراسات أن ٩٨% من عينة المراهقين البالغ عددهم ٤٠٠ مفرده يشاهدون التليفزيون بشكل منتظم وأن النسبة الأقل وهى ٢% لا تشاهد التليفزيون كما نصت الخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون لعام ١٩٩٩ – ٢٠٠٠ على أهمية الدراما التليفزيونية وأنها ستظل تحتل مكانة كبيرة في وجدان المشاهد المصري حيث تعتبر المادة الدرامية من أهم المواد ذات التأثير الايجابي أو السلبي لدى المتلقي حيث تعتبر الدراما التليفزيونية من أهم الأشكال البرامجية في العصر الحديث وتتنوع دراما التليفزيون من حيث شكلها فهناك المسلسل التليفزيوني وهو أوسع الفنون الدرامية انتشارا وتلعب المسلسلات التليفزيونية كأحد أشكال الدراما دورا هاما في تقديم المثل والنماذج للأطفال والمراهقين وتعتمد على نقل صور من العالم الخارجي إلى الأفراد.

فالإنسان يعيش في عالمين إحداهما قريب ولكنه صغير ومحدود وهو يقوم الإعلام بدور كبير في تغيير القيم حيث يتفق علماء الاجتماع والاقتصاد على أن أي تغيير اجتماعي مقصود في المجتمع يصل إلى الناس عبر وسائل الإعلام إذ إنه لا يمكن أن يتم أي تغيير في المجتمع بمعزل عن استخدام هذه الوسائل التي تعد الأدوات المهمة والرئيسية والمساعدة في مخاطبة الناس، وشرح ونقل تلك التغيرات الجديدة التي ستحدث في المجتمع وفي بنيانه ووظائفه حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقاً للتغيير الذي سيطرأ.

وهذا يشير إلى أن وسائل الإعلام تعد أساس عملية التغيير الاجتماعي وذلك لما يتم من خلال تلك الوسائل من عمليات تكوين الآراء وتغيير المفاهيم وأنماط السلوك

وتثبيت القيم المرغوب فيها وتدعيمها وتمثل وسائل الاتصال المرئية والمسموعة دور بالغ التأثير في حياة الطفل ونشأته

فالإعلام الحالي – والتليفزيون أقوى وسائله – أصبح جزءاً لا يتجزأ من العملية التربوية للطفل وتنشئته الاجتماعية والسياسية وتشكيل وجدانه وتكوين ثقافته يتميز التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري عن باقي الوسائل الأخرى بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية من حيث الصوت ومزايا السينما من حيث الصورة واللون ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضفي الحيوية على المشَاهد التي يَعرضها التليفزيون.

ولهذا نجد أن التليفزيون يأتي في مقدمة وسائل الاتصال التي يقبل المراهقون على متابعته حيث أثبتت إحدى الدراسات أن التليفزيون أكثر الوسائل التي يقضى المراهق أمامه وقت قد يصل محيطه الذي يستقى منه مباشرة معلوماته بنفسه والأخر فهو عالم بعيد ولكنه أرحب وأوسع ولذا فانه يلجأ إلى وسائل الاتصال حتى يستقى منها معلوماته التي سماها العالم الياباني " هايا كاوا" العالم المنقول " reported world"

في مقابل العالم المحسوس من قبل الإنسان مباشرة وتتكون الصورة الذهنية لهذا العالم المنقول في مدى زمني يمتد عبر تطور مراحل الإنسان وتشير إحدى الدراسات أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث للعالم الخارجي إنما تنمى وتغرس Cultivate هذه الوسائل عالما يبدو حقيقيا أو يتحول إلى واقع بالنسبة للمشاهدين وقد يتقبل المتلقي هذا الواقع لكونه غير واع بالعمليات التي تحدث لخلق هذا الواقع إنما يشعر فقط بكونه يتعرض للتسلية والترفيه وبعد ذلك يصبح العالم الذي خلقته وسائل الإعلام

حقيقياً في الأذهان وقد لا يستطيع البعض أن يميز بين هذا العالم المصطنع والعالم الواقعي .

وقد نال التليفزيون من بين الوسائل الإعلامية مكانة خاصة في حياة الناس اليومية حيث يسود حياتنا أو بيئتنا الرمزية فأحياناً تكون رسائله التي يبثها عن الواقع الاجتماعي تعمل على إزاحة الخبرة الشخصية فالواقع الاجتماعي المقدم بواسطة التليفزيون وخاصةً في شكله الدرامي وبرامجه القصصية لا يعكس بالضرورة الواقع الفعلي للمجتمع

ووفقا لنموذج الغرس الثقافي فإن المشاهد يكتسب من التليفزيون – من غير وعى – الحقائق التي تقدمها الدراما التليفزيونية والتي تصبح أساسا للقيم والصور الذهنية عن العالم الحقيقي وعلى الرغم من أن هذا النموذج قام استنادا إلى عمل Gerbner في تقريره عن جرائم العنف إلا أنها امتدت إلى ما وراء قضايا العنف للتوجه إلى الكثير من التأثيرات العامة للتليفزيون وعلى الحياة الاجتماعية للإنسان واعتقاداته الشخصية ولا تكمن خطورة التليفزيون في مجرد بث مجموعة من القيم والاتجاهات إنما في مقدرته على تغيير قيم المراهقين واتجاهاتهم فلا يكاد يخلو مشهد من المشاهد المعروضة على الشاشة من توجه قيمي معين والذي يكون له اثر كبير على الكبار والصغار معا وان كان على المراهقين اشد وأقوى. ووفقا لنظرية الغرس الثقافي فإن كثيفي المشاهدة للتليفزيون يكونون أكثر تأثراً وقد يرون أن هذا هو ما يحدث في الواقع ويتبنون الآراء المعروضة في تعاملهم مع مجتمعهم وأسرهم)

وفى ظل مرحلة المراهقة يصبح تأثير الرفاق والزملاء ووسائل الإعلام من المؤثرات الهامة في سلوكيات المراهق اجتماعياً حيث تتبدل الأوضاع فبدلاً من تقبله معايير وتقاليد الأسرة يبدأ المراهق في اختيار ما يتمشى مع أرائه واتجاهاته من معايير وتقاليد

و يعتبر الاتصال التليفزيوني أقرب أنواع الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الشخصي لاعتماده على المشاهد المتكاملة التي تتكون من الصور الحية والصوت الذي يضيف إليها مزيداً من الواقعية ويعمق من تأثيرها ويوسع من إطارها حيث يشعر المشاهد فيها بنوع من المشاركة والاقتراب الشخصي الأمر الذي حدا بالبعض فقدر تأثير التليفزيون في المشاهدين بثلاثة أضعاف تأثير الإذاعة

ويعد التليفزيون في جوهره وسيلة درامية وتعتبر الدراما أقوى سبل التعبير على الإطلاق علاوة على قوتها وسرعة وصول تأثيرها لأكبر قاعدة من الجمهور وخاصةً إذا كان هذا الجمهور محدود الثقافة وتؤكد نتائج عدد من الدراسات أن القالب الدرامي بكافة أشكاله وأنواعه أقوى القوالب الفنية استهواءً عند سواء الناس وتعد الدراما شكلاً اتصالياً مميزاً يكمن خلفه الفكر والقيم حيث تساهم في تعزيز قيم وفكر المجتمع كما تمثل مكون فني لا يستهان به في صياغة عقول الجماهير وثقافتهم تجاه القضايا المطروحة في المجتمع سواء الحالية أو المستقبلية

*** مفهوم الدراما**

قبل أن نستعرض عناصر العمل الدرامي فلا بد لنا أن نتعرف بدايةً على مفهوم الدراما وقد اتبع المؤرخون الدراما من خلال مجتمع بعد الآخر عبر سلسلة الزمن ففي الألفية الثالثة قبل الميلاد كان ملك مصر هو الحاكم القوي الوحيد وكان يقدم له الموسيقى والرقص والحوار المسرحي.

فداخل جدران الأهرامات يمكننا أن نجد دليل على الأغاني والمطبوعات المنسوخة التي قدمت كأسرار عن أوز وريس فهذه الأعمال الدرامية تم استخدامها لتدريس الأفراد وسائل الفهم الخاصة بمجتمعهم .فمصطلح الدراما كان أول من استخدمه أرسطو في تناوله في كتابه فن الشعر حيث أوضح أنه عبارة عن محاكاة لفعل بشري هذه المحاكاة غريزة في الإنسان منذ طفولته وهي من الأشياء التي تميزه عن الحيوان ويتلقى بها المعارف الأولى)أي أن الفنون كلها بما في ذلك الشعر الملحمي والتراجيديا والكوميديا والموسيقى إنما هي مظاهر فن المحاكاة(وكلمة دراما لفظ شائع في اللغة اليونانية انتقل بمنطوقه إلى جميع اللغات ومعناها في اللغة اليونانية الفعل إلا أن استعمالها كعنوان لنوع معين من الفن جعلها إحدى تلك الكلمات التي يصعب تفسيرها أو شرحها في بضع كلمات أو جمل ولهذا فهي تطلق على أي حدث مؤثر ينطوي على مأساة وأحياناً أخرى نجدها مرادفة لكلمة مسرحية ، وهي أيضاً تشير إلى نوع من الفن لابد وأن تتوافر له عدة مقومات كي يمكن أن يطلق عليها اسم دراما.

فالدراما هي ذلك الفن الأدبي الذي ارتبط في أول أمره بالمسرح ثم تطور حتى شمل مجالات أوسع وأعم مع احتفاظه بالمقومات الأساسية المعروفة مثل الصراع والتطور والحبكة.

وقد أصبحت الدراما في العصر الحديث تلعب دوراً بالغ الأهمية في التأثير على الأفكار ساعد على ذلك انتشار وسائل الاتصال الجماهيري، وقد زادت هذه الأهمية في بداية القرن العشرين حيث عرف المسرح فترة تحول جديدة مع اختراع السينما والراديو والتليفزيون أدى ذلك إلى خلق اختصاصات في مجال الكتابة والإخراج الإذاعي والتليفزيوني وإلى تشكيل تقنيات وجماليات جديدة

وقد ظهرت تعريفات جديدة للدراما خرجت بها عن إطار المسرح إلى الفنون الأخرى من هذه التعريفات. تعريف Oxfordللمسرح بأن الدراما عبارة عن اصطلاح يطلق على كل ما يكتب للمسرح وأنها أي موقف ينطوي على صراع يتضمن حلاً لهذا الصراع

ويشير قاموس Longmanإلى أن الدراما لم تعد قاصرة على الفن المسرحي فقط بل امتدت إلى سائر الفنون الأخرى كالإذاعة والتليفزيون والسينما

فالدراما شكل من أشكال الفن الأدبي القائم على تصور الفنان لقصة تدور حول شخصيات تدخل في أحداث وتتسلسل أحداث هذه القصة من خلال الحوار المتبادل بين الشخصيات، ومن خلال الصراع الذي ينشأ ثم يتأزم ثم ينتهي عن طريق المصالحة أو الفصل بين القوى المتصارعة وتتجسد هذه الصورة عن طريق الممثلين والديكور والملابس والإضاءة والموسيقى

فالدراما نشاط معرفي واع حركي جماعي تمثيلي يطرح صراعاً ما يتجه في مساره إلى التصاعد والأزمة ثم الانفراج

فالدراما محاكاة لفعل بشري من خلال المسرح أو الوسائل التكنولوجية المختلفة كالإذاعة والسينما والتليفزيون، والتي تقدم من خلال أشكال فنية مختلفة كالأفلام والمسرحيات والمسلسلات والتمثيليات والسلاسل سواء تمت إذاعتها من خلال الإذاعة أو تم عرضها من خلال التليفزيون أو السينما أو المسرح

فالعمل الدرامي سواء كان فيلماً أو تمثيلية أو مسلسلاً تلفزيونيا نمطاً من الدراما فهو يحكي قصة من خلال شخصية أو شخصيات مماثلة لشخصيات واقعية في الحياة وهو يرسم هذه الشخصيات بما يجعلها جاذبة لاهتمام المشاهدين ويجري على ألسنتها حوار

تتكشف من خلاله الكثير من السمات ومظاهر الواقع المعاش فالدراما التليفزيونية بهذا المعنى تقوم على قصة أو رواية تقدم في قالب تليفزيوني عن طريق الصور والأصوات (الحوار)

فالدراما بمفهومها المبسط هي التمثيل بأي شكل من أشكاله، وفي أي وسيلة من وسائل الاتصال التي توصله كالدراما المسرحية والدراما التليفزيونية، والدراما السينمائية، والدراما الإذاعية، ويختلف كل نوع من أنواع الدراما من حيث الوسائل والإمكانيات المقدمة من خلالها

*** نشأة الدراما**

نشأت الدراما . في بادئ الأمر . من الحاجة للسيطرة على تجارب الحياة المختلفة حيث سعى الإنسان إلى اكتشاف معنى هذه التجارب، واستنباط قوانينها لتحويلها لصالحه في صراعه الدؤوب من أجل البقاء فقبل الخروج إلى الصيد

فكان الإنسان يحكي تفاصيل وقائع حياته اليومية في الصيد والرعي والزراعة لأصدقائه وأفراد أسرته أو معارفه وكثيراً ما كان يقوم بتمثيل كيفية هذه الوقائع أو الأحداث بحركة جسمه وإشارات يده ونبرات صوته وتعبيرات وجهه

ولقد تعددت الآراء والنظريات حول نشأة الدراما ولكن معظم الآراء التي تعرضت لهذا الموضوع تشير إلى أن نشأة الدراما لها علاقة وثيقة بعبادة الإله ديونيس يوسDionysus فقد كانت المسرحية لا تعرض إلا في أعياد هذا الإله كطقس من طقوس عبادته وكان من بين الأشكال الدرامية التي تعرض على المسرح احتفال بأعياد الإله ديونيسيوس التراجيديا والكوميديا وتشير النشأة الدينية للدراما أصلاً من رغبة البشر مشاركة الآلهة مشاعرها وقدرتها المختلفة بصرف النظر عما إذا كانت هذه

الرغبة ناجمة عن شعور الناس بالعجز إزاء تلك الآلهة وإزاء تلك القوى الإعجازية وبالتالي رغبتهم في شعورهم بالقوة وبالتالي الرغبة في إخضاع تلك القوى وتستمدها لما فيه صالحهم ومن هنا جاء علماء الأنثروبولوجيا وغيرهم من أن الحوار الدرامي نشأ عن اختلاف طبائع الآلهة وتعارضها

ولم ينكر أحد تأثير الدراما اليونانية بعظمتها وسحرها على الرومان ولكن الرومان أخذوا يدرجونها شيئاً فشيئاً تحت السماء الرومانية حتى صارت فناً رومانياً مميزاً ابتعدت فيه عن الدين لا بالنص وحده وإنما بالأداء أيضاً ولهذا يعد المسرح الروماني أول من نأى عن المجال الديني بعد أن بدأت فيه الدراما ثم اتجه إلى مجال المرح والترفيه والاستماع. (وعموماً فإن الدراما بالمعنى الدقيق لم تظهر إلا حين بدأت الكتابات المسرحية تمارس بعض السيطرة والتحكم في التجربة الدرامية، مما أدى إلى تحديد معالم المسرحية وعلى هذا فإن الدراما في الحضارات القديمة كانت في بدايتها ولم تعطي فكرة صحيحة ودقيقة بالمعنى الاصطلاحي المتفق عليه

<u>* أهداف الدراما</u>

تعتبر الدراما من أهم المؤثرات الإنسانية في الألفية الثالثة التي سيطرت فيها المؤثرات الرقمية والتكنولوجية بينما قل فيها التأثير الإنساني والتفاعل الاجتماعي المباشر

وتختلف أهداف العمل الدرامي باختلاف مضمون كل عمل، وما يريد أن يقدمه كل من المؤلف والمخرج والممثل من أفكار وآراء

وتتلخص أهم أهداف الدراما فيما يلي:

- ١ – مصدر للتثقيف والتهذيب والتوجيه بما تعرضه من أنماط العيش في بيئات مختلفة تساعد المتلقي في التعرف على بيئته المحلية أو غيرها من البيئات والمشكلات

بالإضافة إلى التعرف على نمط القيم ومجموعة العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية السائدة في هذه البيئات

٢ – إن الأشكال الدرامية من تمثيليات وأفلام ومسرحيات تقوم بدور هام في عملية تكوين السلوك الفردي والاجتماعي في المجتمع الذي أنتجت فيه أي أنها تهدف إلى ترسيخ أو إلغاء أو تعديل بعض القيم الخاصة بالمجتمع

٣ – تعلم الفرد إطاعة الأقران كما تطور لديه مهارة القيادة ومشاعر الشفقة والمشاركة الوجدانية والتعاون وضبط النفس وذلك من خلال تقديمها الأدوار المختلفة ومعايشته للمواقف حيث تتيح الفرصة للإنسان ليجرب مواقف الحياة المختلفة ويضع حلولاً لها ويحاول التكيف معها

٤ – إن العمل الدرامي بسبب جاذبيته من واقع التكنيك المستخدم والحبكة الدرامية والتواصل بين أبطال العمل والمشاهدين يساهم مساهمة فعالة في تغيير بعض الاتجاهات واستبدالها باتجاهات جديدة بالإضافة إلى قدرته على رفع مستوى الوعي لدى القطاعات الأمية ذات الوعي المتدني من حيث إلقاء الضوء على بعض القضايا الحيوية التي تمس مختلف أوجه الحياة الآنية أو المستقبلية للفئات المستهدفة

٥–- إثارة الانفعالات على المستويين العاطفي والذهني وتعد الدراما أحد الفنون القادرة على تحريك الانفعالات والمشاعر الإنسانية

٦ – ترسيخ القيم الإيجابية ومواجهة القيم السلبية بما يخدم تحقيق دور فعَّال للدراما في خدمة وتدعيم وتعزيز حقوق الإنسان والتي تستمد منها الدراما موضوعاتها وشخصياتها وتعالجها بكافة الأشكال والصور من واقع الحياة والقضايا الحياتية للإنسان وبهذا نجد أن الدراما إذا ما أعدت إعداداً جيداً فإنها تستطيع أن تلعب دوراً

هاماً في تناول مشكلات المجتمع وقضاياه هذا إلى جانب أن الشكل الدرامي بالإضافة إلى إمكانياته المتعددة يمكنه أن يدعم القيم الإيجابية ويدعو إلى التخلص من القيم السلبية ، وجملة القول أن جودة المضمون الدرامي المقدم يستطيع أن يساهم كأداة من أدوات تنمية المجتمع كما يمكنه تعبئة فكر الجماهير نحو خطة التنمية المختلفة فالإنسان في النهاية هو صانع التنمية .

الدراما التليفزيونية

ظل التأثير المسرحي ملازماً للدراما التي تقدم في الوسائل الأخرى فاستغرقت السينما عدة أعوام حتى تبينت أنها تستطيع أن تفعل شيئاً أكثر من تطوير المسرحية وعندما أدخل جريف اللقطة المكبرة كانت دهشة الجماهير كبيرة إلى حد دعاها إلى الصياح متسائلة " أين أرجل هذا الوجه " وقد تأثرت الدراما التليفزيونية بالسينما من ناحية الشكل إذ يأخذ النص شكل سيناريو يتكون من مجموعة من المشاهد يتخللها حوار وإرشادات إخراجية خاصة بأداء الممثلين مع وصف تفصيلي للمناظر لكل موقف ولكل المؤثرات المرافقة من إضاءة وموسيقى ومؤثرات صوت)

نشأة الدراما التليفزيونية في مصر

افتتح التليفزيون المصري في تمام الساعة السابعة مساء ٢١ يوليو ١٩٦٠ ولمدة خمس ساعات يومياً خلال عيد الثورة الثامن

ولقد اعتمد التليفزيون المصري في بداية نشأته على المسرح والسينما اعتماداً كبيراً أدى إلى تأثير التمثيلية بها في هذا الجهاز الناشئ على نحو ما وجدنا في التمثيلية الأولى التي قدمها التليفزيون العربي عند بدء إرساله ١٩٦٠ بعنوان " جهاز المعلم شحاتة " وهي تمثيلية اجتماعية معاصرة استغرق عرضها ست عشرة دقيقة وقد لجأ التليفزيون

إلى المسرح في البداية من حيث النص والإخراج نظراً لعدم وجود المؤلف والمخرج التليفزيوني المتخصص حيث كان وجودهما نادراً وقد قام التليفزيون بعرض بعض المسرحيات مثل " مجنون ليلى " ، " والصفقة " ، " والدلوعة وحتى يتغلب التليفزيون على مشكلة ندرة المخرجين المتخصصين في الإخراج التليفزيوني قام بإرسال مجموعة من مخرجيه إلى الخارج لدراسة فن الإخراج التليفزيوني كما استعان ببعض ممثلي المسرح الذين أجادوا الإخراج فيما بعد ، وكان من بين المشاكل التي واجهها التليفزيون أيضاً مشكلة عدم توافر المؤلفين أو المعدين الذين يستطيعون الكتابة للتليفزيون وفقاً لخصائص هذه الوسيلة ويضاف إلى ذلك مشكلات خاصة بالممثل التليفزيوني ومشكلات متعلقة بالإمكانيات المتاحة لتصوير العمل التمثيلي وما يستغرقه ذلك من ديكور ومناظر وملابس وماكياج وكاميرات وغيرها من الجوانب التي يستلزمها الإنتاج التليفزيوني

<u>* المسلسل العربي في التليفزيون المصري</u>

تعتبر مصر أول دولة عربية تنتج المسلسلات التليفزيونية وقد استمدت فكرتها من التليفزيون الأمريكي فعندما قامت شركة أر سي إيه R C Aالأمريكية بإنشاء شبكة التليفزيون في مصر وفق عقد مع الحكومة المصرية وبدأ التليفزيون إرساله في ٢١ يوليو ١٩٦٠

فمع بداية هذا الإرسال تم عرض أول مسلسل على شاشة التليفزيون المصري يوم ١٩٦٠/١١/٣٠ وهو مسلسل الهروب من إخراج محمد سالم بلغت عدد حلقاته ٢٥ حلقة وبلغت مدة الحلقة ١٥ دقيقة وقد عرضت الحلقات العشر الأولى للمسلسل بصفة يومية ثم اقتصر العرض على خمسة أيام أسبوعياً ودارت أحداث أول مسلسل عربي

عرض في التليفزيون حول شاب طموح يعيش في أسرة فقيرة فيما قبل الثورة يحطم آماله الواقع الاجتماعي في ذلك الوقت فيدمن الخمر ويعيش في كنف إحدى الغانيات هروباً من واقعه وبتوافر الإمكانيات الفنية اللازمة استطاع التليفزيون أن ينتج قدراً كبيراً من البرامج والتمثيليات والمسلسلات والأفلام التليفزيونية يصل إلى حوالي ٦٠% من إجمالي ساعات إرساله في حين كان يعتمد على المسرحيات والأفلام السينمائية المستوردة من الخارج ليغطي ٢٠% من ساعات إرساله وبعد أن استطاع التليفزيون أن يعتمد على نفسه وأن يتغلب على نواحي النقص بتكوين فريقاً مدرباً ملم بقواعد الفن التليفزيوني ظهرت أشكال مختلفة للتمثيليات التليفزيونية التي تناولت موضوعات متعددة اتخذت قوالب درامية مختلفة شملت الكوميديا والتراجيديا

أشكال الدراما التليفزيونية

١ – التمثيلية: -

وهي ضرب من الفنون الدرامية واسع الانتشار وهو عمل فني متكامل القصة والحدث وتدور قصتها المحكمة حول فكرة واضحة وتعتبر التمثيلية آخر صيحة في عالم الفنون الدرامية ويمكن تصنيفها طبقاً لموضوع قصتها سواء كانت اجتماعية أم دينية أم تاريخية أم هزلية كما يمكن تصنيفها حسب مدتها حيث نجد تمثيليات منها قصة لا تتجاوز مدتها نصف ساعة وأخرى متوسطة لا تتجاوز الساعة وأخرى طويلة لا تتجاوز مدتها ساعة ونصف كما يمكن تصنيفها حسب جمهور المشاهدين الذي تخاطبه حيث نجد تمثيليات خاصة بالأطفال وأخرى للكبار ويفرض زمن التمثيلية المحدود أن يعرض الكاتب قصته في خط واضح مستقيم وبإيجاز شديد وببساطة متناهية فهي عبارة عن قصة مروية بواسطة مجموعة من الشخصيات شبيهة بشخصيات الحياة ويجري بينهما

حوار له سمات الحقيقة ويجب أن يتوافر في الشخصية ما يجعلها مثيرة للاهتمام ويتراوح غالباً طول التمثيلية ما بين نصف ساعة وساعة ونصف ولا يمكن لأي عمل درامي ناجح أن يتعدى هذا الزمن حيث أنه من الصعب مهما كانت عبقرية المخرج أو الكاتب أن يظل محتفظاً بانتباه المشاهد القابع بين جدران المنزل وكلما كانت بداية التمثيلية وعقدتها ولحظة التنوير فيها مترابطة كلما زاد تأثيرها في نفوس المشاهدين

٢ – السلاسل: -

السلسلة هي خيط يضم مجموعة من الأحداث كل منها كامل بذاته وإن انتظمتها جميعاً فكرة واحدة أو شخصية مفردة أو مجموعة من الشخصيات لذلك يمكن . بمجرد وضوح الشخصية أو الموضوع للمشاهدين . أن تتابع حلقات السلسلة إلى مالا نهاية فالسلسلة حلقاتها منفصلة فكل حلقة تنتهي بنهاية أزمتها أو بحل عقدتها فكل حلقة من حلقات السلسلة بمثابة تمثيلية مستقلة لها بداية ووسط ونهاية حيث تعتبر الحلقة الواحدة من السلسلة عملاً درامياً كاملاً لأن كل حلقة تبدأ ببداية جديدة ليست لها علاقة بنهاية الحلقة التي سبقتها والعلاقة الوحيدة التي تكون بين الحلقات هي وجود شخصية رئيسية تقوم بالبطولة في كل الحلقات أو أن الموضوع الأساسي في كل الحلقات واحد وهي هنا قريبة من الفيلم السينمائي فالسلسلة تتكون من مجموعة حلقات كل حلقة قائمة بذاتها أي أنها عمل درامي متكامل له بداية وعقدة ونهاية ويستطيع المشاهد متابعة حلقة دون أخرى ومن الأمثلة الناجحة التي قدمها التليفزيون المصري في مجال السلاسل هي (القاهرة والناس) و (هو وهي)ويختلط الأمر كثيراً على بعض الدارسين عندما يتعرضون للتمييز بين المسلسل والسلسلة ولا سيما أن محاور التشابه بينهما أكثر من محاور الاختلاف في ظاهرة المقارنة فقط إلا أن حقيقة التفرقة بينهما

تثبت أنهما جد مختلفين فالمسلسل ما هو إلا تمثيلية مقسمة إلى مجموعة من الحلقات المتتالية بحيث يؤدي كل منها للأخرى في تسلسل ومنطقية أما السلسلة فهي خيط أو سلسلة مفاتيح تنتظم فيها مجموعة من الأحداث كل حدث منها قائم بذاته . وإن انتظامها جميعاً فكرة واحدة

٣ – المسلسل: -

يعتبر المسلسل قصة طويلة يستغرق عرضها عدة ساعات فيتم تقسيم المدة بعدد حلقات المسلسل بحيث تؤدي أحداث كل حلقة إلى أحداث الحلقة الأخرى في تسلسل ومنطقية وهو يختلف عن السلسلة حيث أن كل حلقة من حلقات السلسلة تصلح أن تكون تمثيلية قائمة بذاتها لها بداية وعقدة ونهاية بعكس الحلقة الواحدة من المسلسل فإننا لا يمكن أن نطلق عليها عمل درامي كامل فالمسلسل عبارة عن تمثيلية مقسمة إلى مجموعة من الحلقات المتتالية بحيث تؤدي كل منها للأخرى في تسلسل ومنطقية ويعتبر عنصر التشويق من أهم عناصر المسلسل بحيث يظل المشاهد مشدوداً إلى الحلقة التالية سواء كان هذا الجذب بالتعليق الحدثي أو بإثارة التساؤل والتخمين عما سيحدث بعد ذلك للبطل أو البطلة.

والتشويق على أي صورة من صوره يثير الانتباه ويشجع على المتابعة وهناك من الكتاب من يضعونه في المقام من وسائلهم المحببة في تناول أعمالهم ومنهم أيضاً من يرفضونه تماماً لرغبتهم في تحاشي كل ما يثير الانفعال حرصاً على مخاطبة العقل وبين الطرفين ميدان واسع للإبداع الكائن حسب مزاجه الخلاق وحسب احتياجات العمل أو المرحلة من العمل التي يتناولها ولكننا نستطيع بصفة عامة أن نقول بأن

القاعدة الأجدر بالرعاية هي الاستعانة بالتشويق على أية صورة من صوره وبالقدر المناسب وأما الاستثناء فهو الاستغناء عنه تماماً

والمسلسل تمثيلية طويلة تذاع على حلقات وهو لا يختلف عن التمثيلية كعمل درامي له بناؤه وحبكته إلا أنه يختلف عنها في طريقة معالجته القصة والأساس الفني الذي يقوم عليه المسلسل هو احتواءه على مجموعة من المواقف الخطيرة التي توتر الأعصاب على غرار تلك المواقف التي اشتهرت بها السينما الصامتة فيعتمد المسلسل في شكله الفني على مجموعة من المواقف التي تقوم على إثارة الشغف أو توتر الأعصاب وتجذب الانتباه) ، مدى إدراك المراهقين لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها وبهذا يتضح الفرق بين كل من التمثيلية والسلسلة والمسلسل ونجد أن الشكل الثالث هو محور من محاور هذا البحث وهو عبارة عن حلقات تمثيلية متتابعة يستغرق عرضها متكاملة خمس أو سبع أو ثلاث عشرة حلقة أو أكثر وتنتهي كل حلقة بسؤال مجهول وتؤدي كل منها للأخرى التالية في تسلسل ومنطقية بمعنى أن تنتهي كل حلقة بقمة درامية أو أزمة درامية مثيرة لتعليق وتشويق المشاهد لمتابعة الحلقة التالية وليظل معلقاً بذهنه ووجدانه مع أحداث الحلقة التالية ليتعرف على ما سيحدث فيها وكثيراً ما تنتهي الحلقات بأزمات أو ما يعرف بالذرى الصغرى والتي تصل فيها الحلقة إلى نهايتها لتحقيق أعظم قدر من التأثير ولكي تمضي بالأحداث قدماً حتى تصل بنا إلى ذروة المسلسل أو الأزمة الكبرى وحتى تجذب المشاهد باستمرار وتزيد من شوقه لمتابعة المسلسل إن الأشكال الدرامية ما هي إلا طريقة لرؤية مظاهر السلوك الإنساني ومعرفة خبرات هذا الفرد في مجتمعه فالشكل أو الجنس الدرامي هو الفصيلة أو القالب الذي يصب فيه المؤلف أفكاره وتعتبر التراجيديا و الكوميديا من أهم القوالب الدرامية

إلا أنه لا يمكن تجاهل بعض الأشكال الأخرى المرتبطة بهذين الشكلين ومن هذه الأشكال التراجيكوميديا والميلودراما والفارس وقسم الكثيرون الشكل الدرامي إلى شكلين رئيسين وهما المأساة والملهاة وقام آخرون بتقسيم الدراما إلى أربعة أشكال أو قوالب وهي المأساة والميلودراما والملهاة والمهزلة وقام البعض الآخر بتقسيم القالب الدرامي إلى ثلاثة أشكال وهي التراجيدي والكوميدي والميلودراما وتعتبر هذه الأشكال من أكثر أنواع الدراما استخداماً في المسلسلات التليفزيونية حيث أنها تعتبر من أكثر أنواع الدراما موضوعية في عرض المشاكل المختلفة في المجتمع دون مبالغة أو هزل أو انحطاط إلى مستوى عرض الغرائز

١ – التراجيديا tragedy

ويجري تعريف التراجيديا بوجه عام على أنها نوع من الدراما يتناول خبرات أشخاص تثير طريقة تخيلهم مزيجاً من الخوف والشفقة هذه الخبرات يجري تصورها من ناحية علاقات هؤلاء الأشخاص بأشخاص آخرين في ظروف خارجة عن إرادة الإنسان وقد يتضمن الصراع التراجيدي مشاعر إنسانية ورغبات أو قد يتضمن استعراضاً للقوى الطبيعية وغير الطبيعية . سماوية . شيطانية . اجتماعية . تاريخية،)

والتي يتصور الكاتب الدرامي حتميتها بالنسبة للحياة البشرية ويتوقف نوع الشفقة والخوف التي تثيرها التراجيديا على رأي الكاتب في الطبيعة البشرية في العالم وما إذا كان ذلك العالم من وجهة نظره طبيعياً أو روحانياً فالتراجيديا هي دراما ذات عمق وجدية تنتهي بنهاية مأساوية أو حزن مسبوق بقدم تقريباً عن طريق الشخصية أو البطل الذي يجبره القدر والضعف الأخلاقي أو الخلل النفسي أو الضغوط الاجتماعية فالتراجيديا تحتوي على قوة ضارية وضحية مدركة لظروفها ومشيئة قوية لتلك الضحية

على المقاومة والكفاح ضد هذه القوة والتغلب عليها " فالتراجيديا نوع من الدراما تثير في المتلقي الشفقة والخوف حيث أن التراجيديا تصف عادةً الشخصيات وهي تعاني من مصائب وصعوبات ولذا فالمتفرجون يشعرون بالتعاطف مع هذه الشخصيات " – هذا وقد شهد القرن العشرين انتعاشاً واضحاً فبعد أن كان مصدر التراجيديا هو الأساطير التي تدور حول الشخصيات القديمة والآلهة في التاريخ اليوناني القديم كي يكسبوا التراجيديا أكبر قدر من الوجدان والعواطف أصبح في الإمكان خلق تراجيديا تقليدية مصدرها البيئات الاجتماعية أبطالها من الفلاحين .وبرز الرأي القائل بأن أية طبقة اجتماعية وأية بيئة اجتماعية يمكن معالجتها تراجيدياً لو استطاع الكاتب أن يتصورها بطريقة تثير الشفقة والخوف وأن يقنع المشاهدين بأن تصوره يتمشى مع سير الأمور في العالم الحقيقي الذي يعيشون فيه ومع أن التراجيديا تصف عادةً الشخصيات وهي تعاني من مصائب وصعوبات فإنها تقدم لنا نظرة متفائلة في جوهرها فكاتب التراجيديا يتخير الشخصيات العظيمة ويوضح كيف تخطت الأزمات ووصلت إلى النجاح

٢-الكوميديا: –

والكوميديا شكل فني يحتاج إلى مهارة في الحبكة ، وتصوير الشخصيات وهي تنتهي بنهاية سعيدة على عكس التراجيديا التي غالباً ما تنتهي نهاية حزينة فالكوميديا عبارة عن حبكة تتضمن شخصيات من طبقة اجتماعية متواضعة في عرض متشابك من المفارقات والتناقضات والمفاجآت التي تكشف عن طبائع البشر وعادات المجتمع ونقائض الحياة بطريقة تقليدية ساخرة ودعابة محببة فالكوميديا احتفال بالحياة ، ويقدره الإنسان على الاستمرار وعلى تخطي الصراعات وذلك من شأنه أن يحدث التوفيق في

النهاية التي توصف عادةً أنها سعيدة وقد ميز أرسطو الكوميديا عن التراجيديا بتوضيح أنها تتعامل بطريقة مضحكة مع الشخصيات العامة في المواقف اليومية فالهدف الرئيسي للكوميديا هو رسم السلوك الإنساني بطريقة مسلية ومسرحية وهناك أنواع عديدة من الكوميديات حسب اختلاف سلوك المؤلفين حول موضوعاتهم فعندما يكون هدف المؤلف هو السخرية أو الاستهزاء فإن إنتاجه يدخل تحت عنوان الكوميديا التهكمية ، وعندما تكون السخرية مركزة على شخصيات معينة يكون الإنتاج كوميديا الشخصية أما السخرية من التقاليد الاجتماعية فهي تعطي كوميديا السلوك أما الكوميديا الاجتماعية فتختص ببناء المجتمع وعندما يسخر الكاتب من الفكر التقليدي فهو يقدم كوميديا أفكار أما التغلب على المتاعب وانتصار الحب في نهاية سعيدة فتندرج تحت الكوميديا الرومانتيكية وعندما ينح الكاتب نحو استغلال المشاكل بجدية من الناحية العاطفية المحضة دون أن يطرق فعلاً موضوع العاطفة الحقيقية فإن الإنتاج يكون كوميديا عاطفية غير أنه يلزم الإشارة إلى أن هذه التقسيمات ليست قاطعة فأي عنصر منها قد يظهر متداخلاً مع نوع آخر وقد قدم شكري عبد الوهاب أنواع للملهاة اعتماداً على نوايا المؤلف وهي

<u>– **ملهاة الأخلاق** comedy of character </u>وهي التي تهتم بتجسيد الصفات والسمات الشخصية لهذا البطل

<u>٢ – **ملهاة الرومانسية** romantic comedy</u>وهي التي تهتم بالمحبين وشؤون الحب والمحبوبين

<u>٣ – **ملهاة الأفكار** comedy ideas</u>

وهي التي تسعى إلى تأكيد ما تهدف إليه من أفكار وأهداف وتمس نقاطاً اجتماعية ويكون مصدر المتعة فيها ذهنياً بحتاً مثل أعمال برناردشو

٤ – ملهاة السلوك comedy of manners

وهو لون من الفكاهة يهتم بتجسيد سلوكيات وتصرفات أنماط بشرية وتحدث التسلية في هذا النوع بسبب نقص أو عيب اجتماعي لنمط من أنماط المجتمع كأن تكون الشخصية مثلاً لمحدث نعمة أو غني انفتاح.

٥ – الملهاة الدامعة comedies larmoyant

وفي هذا اللون تمتزج الملهاة والمأساة دون أن تتغلب إحداهما على الأخرى فهي تثير في نفوس المشاهدين الأسى وتستدر دموعهم بسبب اهتمامها بالمسائل العاطفية ولكنها تنتهي نهاية سعيدة.

٦ – ملهاة الأمزجة comedy of humors

تجسد هذه الملهاة سلوك الإنسان الذي سلكه وهو في ظل ظروف مزاجية معينة تسيطر عليه وتتحكم في تصرفاته وتملي عليه هذا السلوك.

٧ – الملهاة العائلية domestic comedy

وهي التي تعالج المواقف والمشاكل العائلية أو المشاكل بين عائلة وعائلة أخرى.

٣ – الميلودراما melodrama

وقد استخدم مصطلح الميلودراما أول مرة لوصف شكل معين من أشكال مسرحيات القرن ١٩ التي اشتملت غالباً على موسيقى وتم تشخيصها بحبكات رومانسية وعاطفية قوية وعنيفة ونهايات سعيدة

وقد اكتسبت اسمها من الكلمة الإغريقية المستخدمة في الموسيقى melos وعلى ذلك فهي توليفة من الموسيقى والدراما حيث يدور الحوار وتصاحبه خلفية موسيقية مناسبة بهدف إبراز وتقوية الحالة النفسية للمشهد وتدعيم الأداء ومن هنا نجد أن كلمة الميلودراما تعني الدراما الموسيقية وهي الدراما التي تصاحبها موسيقى صممت خصيصاً لهذا النوع من الدراما لكي تكون خلفية لمشاهدها حتى تدعمها وتقويها .وأوضح معالم الميلودراما مراعاة العدالة الاجتماعية بدقة شديدة فمهما كانت المآسي التي يعاني منها الفضلاء ، ومهما كانت قوة الخبثاء الشريرين فنحن نجد في الميلودراما الفضيلة دائماً تكافأ والرذيلة دائماً تعاقب والميلودراما هي اللون الذي يجمع بين التراجيديا والكوميديا فهي تتفق مع التراجيديا في الموقف الجاد ومع الكوميديا في الحل السعيد في النهاية وتحطم قوى الشر وتتميز الميلودراما بالأحداث المثيرة والمواقف المفجعة والشخصيات الغريبة والانتقال المفاجئ الذي يعتمد على التهويل والمبالغة والنهاية في أغلب الأحيان سعيدة فمعظم أفلام الجريمة والرعب والأفلام التي تعالج مشكلات الأسرة الاجتماعية تدخل في نطاق هذا النوع وقد تغلب طابع الميلودراما على أفلامنا السينمائية في الثلاثينات والأربعينات والميلودراما هي الأحداث غير المبررة التي ليس بها رابط بين الشخصية وما تقوم به من أفعال فيمكن أن نرى فاجعة دون أن نعرف مبرراً لهذه الفاجعة أي أن الميلودراما لا توضح مبرراً للحدث بمعنى أن جانب الحبكة في الميلودراما يتغلب على جانب رسم الشخصية ، وتهتم الميلودراما بالأحداث ذات المواقف العنيفة كما تهتم بالموقف في حد ذاته دون استغلال الموقف في توضيح تصرف الشخصية أي أنها تهتم بالمنظر ولا تهتم بتحليل سلوك الأشخاص

وفي الميلودراما الحديثة هناك تدرج واضح في رسم الشخصية مع الشخصيات العامة وهو أكثر وجوداً في الكتابة أكثر من الشخصيات المساعدة، ويكفل الحوار الدرامي أن يخلق جواً من المشاعر المفعمة إلى المشاعر الثابتة مع الرتم الجاد المنطوق لتقوية الحالة المزاجية للعمل، وأخيراً فإن الأفكار الاجتماعية ذات الصلة الشديدة والتي تشير إلى الأخلاق بوضوح لهي الصفة المميزة للميلودراما الحديثة

٤ – الفارس: –

ويسميها البعض المهزلة المفحمة ويقول الأروس نيكول أن اللفظ farce مشتق من الكلمة اللاتينية farcioومعناها حشو وطبقاً لهذا القول فإن الملهاة الهزلية هي المسرحية المحشوة بالفكاهة والنكت والمواقف المفاجئة والأحداث المصطنعة التي تعتمد على المبالغة في أداء الحركة المتحررة وتصوير المتناقضات بقصد إثارة الضحك وإدخال المرح على جمهور المشاهدين.

والموضوع الأساسي للفارس هو استعراض غباء الإنسان عندما يواجه مفارقات بيئته وتطلق كلمة الفارس في الاستعمال الحديث على مسرحية كاملة تتعامل مع موقف سخيف أو غير معقول والقيمة الأدبية للفارس لا تستحق الذكر أما القيمة الترفيهية فعظيمة وعموماً فالمسرحية الهزلية قلما تحتوي على ميزة أدبية إلا فيما عدا عندما تحتوي حكمة أو أصواتاً للحكمة وهي تعتمد في القالب على الدعابة الطبيعية واهتمامها الرئيسي يتمثل في التسلية والإمتاع عن طريق الحكايات المبتدعة والحكايات التي تخلق الضحك من نفسها

البناء الدرامي في المسلسلات التليفزيونية

إن بناء الدراما التليفزيونية على اختلاف أنواعها شأنها شأن كل الدراما في أنها لا تخرج عن كونها قصة ذات هيكل وخط درامي واضح تتكون من بداية وحبكة فنية تساعد على التشويق والارتباط عن طريق خلق الأزمات الدرامية التي تتطور بتطور الأحداث تصاعدياً نحو القمة حتى يأتي الحل في النهاية لتستأثر باهتمام المشاهد.

ويتكون بناء الأعمال الدرامية بوجه عام والمسلسل بوجه خاص من عناصر أساسية استمدتها في بدايتها من المسرح ثم تم بعد ذلك التركيز الشديد على مجموعة عناصر تميزها عن غيرها من الأعمال الدرامية ومن هذه العناصر: –

١ – **الفكرة أو الموضوع** يعتبر اختيار الفكرة واحداً من أكثر أساليب الكاتب الفنية أهميةً ويمكن أن ندرك أن الكاتب المحترف الناضج هو الذي تعبر عنه كتابته المؤثرة بطريقة منظمة ويلعب الاختيار دوراً مهماً للغاية في كل أوجه كتابة السيناريو (وكاتب المسلسل عليه أن يختار الموضوع والقضايا التي تهم الجمهور فلا بد أن يكون على علم بمشاكل الجماهير وما يقابلوه من مصاعب كما أنه لابد أن يكون متفهماً للمناخ النفسي للزمن الذي يعيش فيه حتى يلقى الموضوع إقبال وجاذبية من جماهير المشاهدين.

ومصادر الفكرة متعددة فقد يلجأ الكاتب إلى خبراته الشخصية وتجاربه، أو يستوحي فكرته من قراءة التاريخ وسير الشخصيات أو يستوحيها من خبر في جريدة حيث يرى بعض الكتاب أن المشاهد الآن يقبل على القصص الواقعية التي تدور حول أشخاص عاشوا بيننا

ولابد للموضوع أن يتسم بالجدة والأصالة مع الحرص على وضوح الفكرة والهدف الأخلاقي في العمل الدرامي التليفزيوني وينبغي ألا يتحقق عن طريق الوعظ والإرشاد

وكأننا نستمع إلى خطة أو محاضرة فمن المهم أن يبقى مبدع العمل الدرامي (المؤلف وكاتب السيناريو وكاتب الحوار والمخرج) خارج العمل، وأن يتجنبوا حشوه بالأداء المباشر في الموضوع وفكرة العمل الدرامي تتطرق إلى معنيين وهما أنها قد تعني الموضوع الرئيسي للدراما كأن نقول إن موضوع العمل الدرامي يدور حول أخطار القوة النووية أو غزو الفضاء الخارجي

والثاني أنها قد تعني المغزى أو الهدف من العمل الدرامي كأن نقول إن فكرة ماكبث لشكسبير تدور حول أن الطموح الزائد مدمر فكثيراً ما يقع الخلط بين موضوع العمل الدرامي التليفزيوني وفكرته فالموضوع هو ما يدور حوله العمل الدرامي أما الفكرة فهي وجهة النظر، أو الهدف المقصود من العمل الدرامي وهي التي تكون بمثابة الرابط الموحد بين أجزاء الموضوع وتخلق التجانس بين عناصر العمل الدرامي التليفزيوني وهي أيضاً التي تحقق وحدة الانطباع عن العمل بين جمهور المشاهدين وتمنحه جاذبيته الجماهيرية

<u>ثانياً: الحبكة: -</u>

وهي بناء الأحداث التي تكون الحدث الدرامي الأساسي للرواية أي أن الحبكة هي عرض الصراع ، والهدف الأساسي الذي يجب وضعه في الاعتبار عند تصميم الحبكة هو بيان كيف أثرت حادثة في أخرى ولماذا يتصرف الأبطال على هذا النحو فتطور الأحداث ليس معناه انقلاب الأحداث من الأسود إلى الأبيض مرة واحدة ولكن لابد أن تتطور الأحداث عن طريق أفعال ومواقف تحتمها الظروف المحيطة بالأحداث فيجب أن يكون تطور الأحداث وتتابعها منطقياً وطبيعياً لا يخرج عن نطاق المعقولية والاحتمالية .فالحبكة تشكل البناء المعماري الذي تبنى عليه القصة ، وهي خطة البطل

عبر المواقف المختلفة للوصول إلى الهدف حيث تواجه الشخصية الرئيسية مشكلة تتطور إلى صراع مع قوى أخرى مضادة هذه القوى تعقد الموقف وتوجه الصراع نحو الأزمة التي تحل عن طريق البطل في النهاية وتتبع الدراما التليفزيونية نفس قواعد الحبكة في المسرحية ، وتتأثر الحبكة في التليفزيون بمشكلتي الوقت والمساحة وبالتالي يجب على كاتب الدراما التليفزيونية أن يراعي هاتين النقطتين في إعداد الحبكة ففي التمثيليات القصيرة يجب أن تدور الرواية حول عدد محدود من الشخصيات وأن تعتمد على حبكة بسيطة وسهلة ومرنة حتى تتفق مع الوقت المخصص للتمثيلية أما في التمثيليات الطويلة فيمكن أن تعتمد الرواية على حبكة قوية تساندها حبكات فرعية تساعد في تصعيد الصراع الدرامي

- **<u>وتبنى الحبكة على أربعة عناصر مترابطة:</u>**

<u>أ – البنية التأسيسية</u>

وهو تأسيس للبيئة وللإطار الجماعي الذي ستدور فيه الأحداث حيث يتم تقديم الشخصية الرئيسية التي تواجه موقفاً أو مشكلة تتطور إلى صراع مع قوى أخرى ولابد أن يتوفر في المشهد الافتتاحي الوضوح حتى يفهم الجمهور ما يحدث أمامه كما أنه لابد أن يتميز بجذب الانتباه حتى يتابع الجمهور العمل للنهاية وليس هناك تعارض بين الوضوح وجذب الانتباه حيث أن الوضوح يعني أن نقول كل شيء حتى نجذب به الانتباه إلا أن الوضوح هنا يعني أن يعطي الكاتب قليلاً بحيث يجذب الانتباه فيجب على الكاتب أن لا يحرق أوراقه كلها منذ المشهد الأول بل عليه أن يقدم المعلومات الكافية لفهم كل حدث وعلى الكاتب أن يسرد جانباً من الصراع بحيث يمكن الجمهور فهم الأحداث التالية

ب التعقيدات

وبالنسبة للتعقيدات فالدراما التليفزيونية تسمح بأقل قدر ممكن من العقد تقدم من خلال بناء المواقف التي تقع فيها الشخصيات الرئيسية ولابد أن كل عقدة في الدراما التليفزيونية تحرك الشخصيات والمواقف إلى الذروة وآخر عقدة يجب أن تكون هي الأزمة

جـ – الذروة أو الأزمة الأخيرة

وهي آخر أزمة أو عقدة في العمل الدرامي أو المسلسل وهي التي تصل فيها الصدامات والمواجهات بين البطل والأطراف الأخرى إلى أقصاها حيث لابد أن ينتصر أحد منهم وينهزم الآخر

ومن خلال الذروة أو الأزمة الأساسية يمكن التعرف على النهاية أو الحل الذي تصل إليه الشخصية فنتعرف على نهاية العمل الروائي أو التليفزيوني وحتى نصل إلى تلك النهاية أو الحل يجب أن تكون كل الأزمات التي تواجهها الشخصية صاعدة أي هي التي تقود إلى نهاية أو حل محتوم ومنطقي

د – الحل

ويكون الحل في نهاية العمل الدرامي حيث تتضح الأمور وتنكشف الحقائق وبهذا ينتهي صراع البطل مع القوى المواجهة له

ثالثاً :الشخصيات :-وهي عبارة عن مجموعة الأفراد التي يقدمها الكاتب والتي يتم بينهم الحوار الدرامي فينتج من خلال هذا الحوار بينهم تصاعد في الأحداث الدرامية وبذلك نجد أن الشخصية هي المادة الأساسية التي يتعامل معها المؤلف في أي عمل درامي لذلك فهو يهتم بها ويتعمق في رسمها مهما صغر أو كبر دورها في العمل

الدرامي فعلى الكاتب أن يتخيل شخصياته بكل مشاعرها وأحاسيسها قبل الكتابة ويخطط لمسار الأحداث ويعرف نواحي القوة والضعف في الشخصية وحركاتها وسكناتها وما يطرأ عليها من تغيير وتقلبات وظروف بحيث تكون واضحة ومفهومة في علاقتها بالآخرين وتطورها في ظهورها واختفائها وأثرها في الأحداث فكل شخصية يجب أن تسير وتتحرك وفقاً للهدف الذي وضعه المؤلف في إطارها الفكري والاجتماعي والعاطفي ويجب أن يراعي الكاتب في رسمه للشخصيات مجموعة من الاعتبارات منها إبراز الجوانب المتعددة في الشخصية وخلق التجاوب العاطفي مع الشخصية سواء بالحب أو الكره حسب دورها في العمل الدرامي كما يجب أن يتمشى سلوك الشخصية المرسومة مع سلوكها المألوف عنها في الحياة حتى لا يشعر المشاهد بأنها شخصية مفتعلة أو مصنوعة أو غير حقيقية ويجب أن لا يتم حشو العمل الدرامي بشخصيات لا دور لها فيجب أن يكون لوجود الشخصية مبرر درامي تفترضه أحداث العمل الدرامي كما لا تعطي شخصيات أدوار أكبر من حاجة العمل الدرامي مجاملة لممثل أو ممثلة

وعلى كاتب الدراما أن يقدم الشخصية في لحظة أزمة ولا يركز فقط على موقف لشخصية فردية ولكن يركز على شخصيات قليلة تبنى عليها التمثيلية وعلى كاتب الدراما ألا يستخدم الشخصيات التي لا تحتاجها التمثيلية فلو أن الشخصية ضرورية فيجب أن يضعها في النص والشخصية غير الضرورية يجب أن تستبعد فوراً من النص ولو ظهر أن هناك شخصيات كثيرة ضرورية فلابد أن يعيد الكاتب التفكير في التمثيلية وذلك لأن الرواية يجب أن تروى بأقل عدد ممكن من الشخصيات فقلة الشخصيات تساعد على التركيز كما تساعد على ربط الحلقات بعضها ببعض لأن

عملية المط والتطويل تؤثر على وضوح الفكرة المراد توصيلها إلى المشاهدين وتشتت أفكارهم

والشخصية لابد أن تكون جذابة ناقلة جيدة للأحاسيس والمشاعر وتماثل أناس حقيقيين إذ هي تعبر عن مكنوناتها وعن تاريخها الشخصي وماضيها الذي جعلها شخصية بهذه المواصفات ولابد أن تكون الشخصية قابلة للتصديق وأن تكون أفعالها متناغمة مع مكوناتها ويتسق سلوكها مع خصائصها وسماتها ويحدد دور الشخصية مجموعة من الخصائص التي تتسم بها هذه الشخصية وتتمثل تلك الخصائص في ثلاثة أبعاد هي:

أ – البعد الفسيولوجي (الجسمي):

ويشتمل على كل ما يتعلق بالصفات الجسدية للشخصية من طول وقصر ولون الشعر والعينين والوجه والعيوب والتشوهات والمظهر العام، وتبدو أهمية هذا البعد في أنه كثيراً ما يسهم المظهر الخارجي للشخصية وأبعادها الجسمانية في الإيحاء بكيفية تصرفها في مواقف معينة.

ب – البعد السوسيولوجي (الاجتماعي)

ويتمثل في الكيان الاجتماعي للشخصية مثل الطبقة الاجتماعية ومهنتها ومؤهلاتها العلمية وديانتها والهوايات والثقافة والعادات والنشاط العام إلى آخره ... فيما يدخل في نطاق الكيان الاجتماعي والتعامل الإنساني

جـ – البعد السيكولوجي (النفسي)

ويتمثل في الكيان النفسي وهو ما يتعلق بالجوانب النفسية للشخصية المتمثلة في الانطواء والانبساط الانفعال والهدوء الطموح التواضع الاستعلاء كما

يوضح البعد السيكولوجي مركبات النقص في الشخصية .فالبعد النفسي أو الكيان النفسي هو الذي يحدده المؤلف نفسه ، ويكون دائماً ثمرة الكيان المادي والاجتماعي وأثرهما المشترك هو الذي يحدد إلى حد ما سلوك الشخصية وسويتها أو انحرافها وطموحها أو عزوفها وخيبة أملها وتتكون الشخصية من هذه الأبعاد الثلاثة مجتمعة والأبعاد الثلاثة ليست منفصلة عن بعضها البعض ولا يجوز تحديد كل منها بمعزل عن الآخر لأنها متداخلة ومن انصهارها معاً تتضح معالم الشخصية وبقدر نجاح المؤلف في صهر هذه الأبعاد بقدر ما تكون الشخصية ناجحة ومتماسكة

- **أنواع الشخصيات الدرامية: -**

يتم تقسيم الشخصيات في العمل الدرامي إلى: –

أ–الشخصية الرئيسية ب–الشخصية الثانوية

أ- **والشخصية الرئيسية**

هي العنصر الأساسي المحرك للأحداث وعادةً ما يطلق عليها الشخصية المحورية. فالشخصية المحورية ليست هي كل العمل بل هناك مقابل لها شخصيات رئيسية تتواجد بالضرورة لتدخل في صراع متكافئ وقوي معها، إنها شخصيات ممكن أن نسميها خصوم الشخصية المحورية فهي الشخصية التي تقاوم رغبات الشخصية المحورية وتتلقى ضرباتها لذا يجب أن تتمتع بنوع من الندية فالشخصية الرئيسية هي خالقة الصراع فهي التي تدفعها رغبتها نحو الوصول إلى الهدف لا مجرد التمني دون سعي يحقق هذه الأماني والرغبات.

ب- **الشخصية الثانوية: -**

وهي الشخصية التي تساعد على إظهار شخصية البطل وتساعد الجمهور على معرفة الكثير من تفصيلات الصراع.

رابعاً: الحوار: -

الحوار هو التعبير اللفظي عن تطور أحداث العمل الدرامي التليفزيوني وعن طريقه يستطيع المشاهد أن يستوعب فكرة العمل ويفهم موضوعه وهو أيضاً الذي يكشف عن الشخصيات الأخرى وبالتالي فمن المهم أن يكون الحوار ملائماً لطبيعة الشخصية بحيث لا تنطق بأفكار أو كلمات لا تتناسب مع مستوى ثقافتها وتعليمها والبيئة الاجتماعية التي تنتمي إليها. ومن المهم بشكل عام في الدراما التليفزيونية أن يستخدم الحوار اللغة المناسبة لجمهور التليفزيون باختلاف مستوياته بحيث يستطيع المشاهد أن يستوعب مضمون العمل الدرامي بسهولة والحوار في أي عمل درامي يمكن أن يقوم بوظيفتين الأولى أن يخبر والثانية أن يثير العواطف والأحاسيس ، فالحوار بين الشخصيات يجب أن يحتوي على معلومات ويحرك القصة للأمام .ومن أهم وظائف الحوار أن يكشف عن الأحداث المقبلة ففي تمثيلية الجريمة يجب أن يشتمل الحوار على الباعث على الجريمة وفي كثير من الأحيان على معلومات تحضرية فيما له صلة بالجريمة الفعلية فالحوار ينمو من الشخصية ومن الصراع ثم هو بدوره يكشف لنا عن الشخصية ويحمل الفعل أي يقوم بشرح الموضوع خاصةً أن في بعض الأعمال يستحيل تصوير الأحداث أما لصعوبتها أو مراعاة الذوق والآداب العامة والتقاليد وهو في نفس الوقت ضروري وأساسي في بناء العقدة فيقوم الحوار بتوضيح هذه الأحداث والتعريف بها والرمز إليها على لسان بعض الشخصيات حتى يفهمها الجمهور هذا ويحرص المؤلف على أن يأتي حواره معبراً عن الشخصية وأن يكشف حواره عن أبعاد

هذه الشخصية الأربعة المادية والاجتماعية والنفسية والأخلاقية إن المؤلف الذكي المتمكن هو الذي يستطيع انتقاء ما يناسب شخصياته من عبارات وألفاظ حتى يأتي ما ننطق به متفقاً مع طبيعتها وثقافتها وبالتالي يتطلب ذلك تعمقاً في دراسة الشخصية

خامساً: الصراع: -

حتى يصل العمل الدرامي إلى قلوب وعقول الناس في سهولة ويسر ويحقق الهدف منه لابد من وجود الصراع فالصراع هو جوهر وروح الدراما وهو يحكم العمل الفني من البداية حتى النهاية وهو العمود الفقري في البناء الدرامي والشخصيات الدرامية تقوم بحمل عبء الصراع من خلال أحداث ومواقف يتمثل فيها شطري الصراع فهناك اصطدام وقتال في عنف للوصول إلى ذروة العمل وقمته فالصراع إذا لم يصل إلى مستوى الأزمة يعتبر غير درامي ونتيجة الصراع تظهر نتيجة الحدث ودرجة القوة هي الدرجة التي تلزم لحفظ الصراع عند مستوى معين ويمكن أن يكون الصراع في العمل الدرامي صراع فرد ضد آخر أو فرد ضد معنى أو فرد ضد تقاليد مجتمعه أو فرد ضد مجموعة أو صراع مجموعة ضد أخرى أو ضد قوانين أو ضد العادات والتقاليد أو صراع نفسي داخلي أو صراع ضد قيم مجتمعه ولابد من توافر عنصر الإقناع بهذا الصراع والصراع لا يكون كاملاً ما لم يعقبه حدوث نوع من التغيير في العلاقات بين الشخصيات في العمل الدرامي وكلما كانت الشخصية أكثر تعقيداً كانت الصراعات الناجمة التي تواجهها أكثر كثر تنوع هذه الصراعات إذ يولد تعقيد الشخصية صراعات تؤدي في داخلها إلى انفعال يؤدي بدوره إلى حركة وهي أول ضرورة للأفلام السينمائية والدراما التليفزيونية والصراع في التليفزيون يجب أن يكون مهماً ومثيراً ومشوقاً للمشاهدين ولابد من عدم إنهاء الصراع بهزيمة البطل أو ترك التمثيلية بدون نهاية

وينقسم الصراع إلى أربعة أنواع رئيسية تقدم من خلال الأشكال الدرامية المختلفة وهي :-

- الصراع الساكن

وهو الصراع الذي يعتمد على ركود الحركة فالشخصية في ظل هذا الصراع عاجزة لا تتقدم ولا تستطيع أن تتخذ قرار إيجابي لحسم الصراع ولذلك فالصراع هنا يتسم بالجمود وعدم التقدم ويعتبر هذا الصراع من الصراعات الرديئة

- الصراع الواثب

وهو الصراع الذي يعتمد على القفزات السريعة أو الوثبات المفاجئة التي لا نستطيع أن نعرف لها سبباً فالشخصية في ظل هذا الصراع تقوم بعمل غريب عنها وتفكر بدون وعي ولا دافع وهي قد تقع في المبالغات والافتعال بدون أسباب منطقية تذكر وهذا النوع أيضاً من الصراعات الرديئة.

- الصراع الصاعد

ويطلق على هذا النوع الصراع المتدرج حيث يبدأ هذا الصراع مع بداية التمثيلية وينمو ويتدرج ويتطور بتطور الأحداث إلى أن تصل هذه الأحداث إلى الذروة ثم إلى النتيجة التي ينتهي عندها الصراع فالصراع هنا يحدث نتيجة لفكرة أساسية واضحة ولشخصيات مكتملة الأبعاد ولظروف مفهومة ولأسباب منطقية.

- الصراع المرهص

وهو الصراع الذي يتعمد المؤلف الكشف عنه بطريقة غير مباشرة لخلق نوع من التوتر والترقب المقصود لذاته لدى المشاهدين حتى لا يتسرب الملل إليهم إنه نوع من الوعد والتلميح الذي يقطعهما المؤلف على نفسه لمشاهديه بأن شخصياته مرسومة وجيدة

وأنها جديرة بإدارة الصراع المرتقب فكل ما تفعله الشخصية إنما هو وسيلة الكاتب للكشف عن هذه الشخصية وتوضيحها وأفضل هذه الصراعات هو الصراع الصاعد والصراع المرهص فالصاعد يظل يقوى ويشتد وينمو من بداية العمل الدرامي وخلاله وحتى نهايته معتمداً على المنطق الطبيعي والتسلسل السليم ، والصراع المرهص يوحي بالأحداث ويمهد لها ويبررها ويحافظ على عناصر الجذب والإثارة ويشف عما سوف يقع من أهوال ويقدم التسلسل الزمني المتتابع للأحداث والمواقف ولا يحقق الركود أو الجمود

خصائص الدراما التليفزيونية

تتمتع الدراما التليفزيونية بخصائص وإمكانات تفيد من الانتشار الجماهيري للتليفزيون الأمر الذي يجعل من الضروري في الدراسات الإعلامية الاهتمام بدراسة مضمون الدراما التليفزيونية لتشارك في تغير العادات السلوكية وتعديل القيم الأخلاقية من خلال تقديم القدوة والأنماط الإنسانية ومعالجة المشكلات المجتمعية من خلال الحوار والصور المرئية

(١) ينفرد التليفزيون بتقديم المشاهد المتكاملة التي تعتمد على الصوت والصورة الحية ونعلم أن الإنسان العادي يحصل على ٩٨% من معرفته عن طريق حاستي السمع والبصر عمدتا الحواس الإدراكية وتزداد دهشتنا حينما نعلم أن المرء يحصل من هذه النسبة على ٩٠% عن طريق الرؤية أو البصر والصورة المتحركة والمرئية بالطبع لغة عالمية تفهمها غالبية الشعوب لأنها أقدر على التعبير من آلاف الكلمات

(٢) تظل السمة المميزة للدراما التليفزيونية هي المشاهدة المنزلية فهي لا تحتاج في ألفتها تقديم توضيحي للتفاصيل حيث أنه من السهل حدوث نوع من التماثل العاطفي بين المشاهد والشخصية الدرامية

(٣) إن اعتماد التليفزيون على الصوت والصورة والحركة هذه الخاصية التي يتميز بها التليفزيون تجعله يصحح مفهوماً دارجاً هو أن المستوى الثقافي للأفراد والوحدات الاجتماعية إنما تحدده القدرة على الكتابة أو القراءة أو العجز عنهما وذلك لأن الأمية الهجائية لم تعد فيصلاً في الحكم بين الثقافات ولم تصبح هذه الأمية الهجائية حائلاً بين الإنسان أياً كانت بيئته وأياً كان سنه وبين التزود بالثقافة

من أجل هذا برز إلى الوجود مصطلح جديد هو الأمية الثقافية

(٤) إن توظيف الصورة والحركة والألوان إلى جانب الصوت والمؤثرات الصوتية وغير الصوتية التي تتوجه إلى حواس عديدة لدى المشاهد تجعل الرسالة الاتصالية أكثر تأثيراً وإقناعاً مع الأخذ في الاعتبار توفر الظروف المواتية للتأثير والإقناع كأن تكون اللغة واضحة وسليمة وكأن يكون المتلقي مستعداً لتقبل الفكرة والمعلومات

(٥) والعنصر الأساسي في الدراما التليفزيونية هو الصورة ومن الضروري أن تكون الصورة هي المحور الرئيسي الذي يقوم عليه النص الدرامي التليفزيوني فالدراما التليفزيونية لا يجب أن تكون مجموعة من الكلمات والجمل التي ينطق بها الممثلون إنما هي تجسيد حي للنص الدرامي التليفزيوني في شكل صور متتابعة، من ناحية أخرى لا يجب التقليل من أهمية الكلمة أو الحوار وعناصر الصوت بشكل عام فالصوت هو أحد مفردات اللغة التليفزيونية

(٦) يستطيع جمهور الدراما التليفزيونية أن يتوقف عن المشاهدة في أي لحظة لذلك لابد أن تسعى هذه الدراما إلى جذب انتباه الجمهور من بداية العمل الدرامي حتى نهايته وذلك عن طريق إتقان الحبكة الدرامية ولابد أن يهتم العمل الدرامي برغبات المشاهدين.

(٧) تمثل حرفية التليفزيون وطبيعته الإلكترونية في حد ذاتها أحد الخصائص المميزة للتمثيلية التليفزيونية فهي تعتمد في نقل أحداثها على الكاميرا الإلكترونية التي تحول الصورة المرئية إلى مجموعة هائلة من النبضات الإلكترونية

الاعتبارات التي يجب أن يراعيها كاتب الدراما التليفزيونية

١ – على الكاتب دراسة العصر الذي يكتب عنه فإن كان المؤلف يكتب عن العصر الذي يعيش فيه فعليه بصفة دائمة معرفة طبائع الناس وواقع الحياة والظروف التي تدفعهم لتصرف ما فمعرفة الكاتب بمشاكل الحياة وإدراكه لاهتمامات الناس وأحاسيسهم وحقيقة مشاعرهم وطريقة تفكيرهم وأحاديثهم كل هذا سيجعل المؤلف قادر على التأثير في الناس ولن يصل إلى هذا إلا بفضل حاسة الملاحظة الحادة المرهفة كما أنه لابد أن يعرف صدى هذه الأعمال عند الجماهير

٢–- يجب أن يأخذ الصراع إيقاعاً سريعاً يتفق مع طبيعة التليفزيون والطبيعة الاسترخائية للمشاهدين الذين لا يشدهم إلى العمل الدرامي سوى قدرته على جذبهم خاصةً بسرعة إيقاعه وفي المسلسل التليفزيوني يجب أن تتضح عناصر الصراع في أول حلقة ويجب أن تأتي النقطة الجوهرية سريعة حتى لا يشعر المشاهد بالملل

٣ – يجب أن يراعي الكاتب ضرورة ترك مساحات زمنية يستطيع أن ينتقل فيها الممثل من ديكور إلى آخر وأن يغير من ملابسه ومكياجه وحالته الانفعالية فلا يجب

أن نجسم مشهد في ديكور معين على ممثل ما في حالة معينة ثم يفتح المشهد التالي مباشرةً على نفس الممثل في ديكور آخر وبحالة انفعالية وملابس أخرى وهذا يضطره إلى عمل ما يسمى بالكباري الانفعالية.

٤ – وتكمن قدرة الكاتب التليفزيوني الناجح في قدرته على استغلال هذه الكباري الانتقالية بما يفيد الدراما وإلا فإنها تصبح ذات أثر سخيف في إملال المتفرج والإضرار بالإيقاع العام للعمل كله

٥ – لا يمكن . بسبب صغر شاشة التليفزيون . استخدام شخصيات كثيرة في التمثيليات التليفزيونية وليس هناك عدد ثابت لممثلي التمثيلية لا يمكن تجاوزه ولكن المؤلف على أية حال يحسن صنعاً إذا عالج تمثيلية بحيث لا يجتمع على الشاشة في نفس الوقت أكثر من اثنين أو ثلاثة أو أربع من شخصياته. وليعلم أن أقوى مشاهد التمثيلية التليفزيونية تأثيراً هو ما تشترك في أدائه شخصيتان وكثيراً من المشاهد تقوم بها شخصية واحدة مرئية طول المشهد وقد تتبادل الظهور مع شخصية أخرى بحيث تعبر الظاهرة منهما بملامحها عن رد الفعل الذي تحدثه فيها كلمات الشخصية الأخرى البعيدة عن الشاشة

٦ – لابد أن يراعي الكاتب أن يعتمد المسلسل في شكله الفني على مجموعة من المواقف الهامة التي تقوم بإثارة الشغف والتوتر وجذب الانتباه لمتابعة المسلسل حيث يعد عنصر التشويق من أهم عناصر المسلسل حيث يظل المشاهد عن طريقه مشدوداً إلى الحلقة التالية لمعرفة ماذا سيحدث في الحلقة التالية.

٧–على الكاتب التليفزيوني أن يراعي وحدة الفعل (الحبكة) وهي قضية مهمة بالنسبة للتمثيلية التليفزيونية فعليه أن يتأكد من وجود هذه الوحدة ويجب على كل حلقة أن

تكون متصلة اتصالاً وثيقاً بالحلقة اللاحقة وبالحلقة التي تسبقها لأن كل هذه الحلقات تسهم في خلق التأثير الكلي للتمثيلية.

التشويق الدرامي

نحن هنا نتكلم أساسا عن الأثر لدي المشاهد نتيجة لصياغة العمل بالطبع ومتابعته له وأول ما يتبادر الي الذهن هو ما يمكن أن نسميه المفهوم الدارج للتشويق وهو أن نجعل المشاهد علي شوق لما هو آت، وهو يتساءل في لهفة عما سيحدث أو ما سوف يراه أو يسميه في أعقاب ما يراه ويسمعه أثناء العرض وهو بالطبع يتساءل ويتلهف ويتشوق، لأننا قدمنا له من العناصر والمقدمات على الشاشة ما يدفعه الي ذلك.

وهناك ما يمكن أن نسميه التشويق العابر إذا لم يكن الأمر متعلقا بالمسار الرئيسي للقصة والذي يدفع بها إلى الأمام

ونذكرك بشيء ربما يكون قد مر عليك في حياتك، إذا رأيت رجلا يجري وراء سيارة عامه بعد قيامها من المحطة محاولا أن يقفز على السلم وكنت علي شوق واضح على معرفة هل سينجح أم لا مع أنه لا تربصك به أي صله ولا تهمك النتيجة.

أو رأيت شابا ينظر باهتمام نحو نافذة بأحد المباني وهو يشير بيده ونظرت ورأيت سيدة في النافذة وهي تقفز نحو الشاب بربطة ما فكنت علي شوق لمعرفة النتيجة هل سينجح الشاب في التقاط الرابطة أم سيفشل فتسقط علي الأرض ويتهشم ما بها مع أن الأمر أيضا لا يهمك في شيء وأنت في الحالتين تسارع في المضي الي هدفك الذي خرجت من أجلة دون ندم علي التلكؤ العابر ومثل هذه المواقف البسيطة كثيرا ما تستولي علي الشاشة ولا باس بشيء قليل منها فهي تشكل عاملا من عوامل تقوية

الاهتمام والمتابعة بالرغم من عدم تقدم القصة الي الأمام (وان كنا لا ننصح بذلك فهو تشويق زائف في حقيقة الأمر)

وهناك نوع آخر من التشويق أكثر التصاقا بالخط الأساسي للقصة وهو

ما يمكن أن نسميه (التشويق بالإخفاق في السرد القصصي) عن طريق إعطاء بعض المعلومات وإخفاء بعضها الآخر وهنا يتلهف المشاهد علي معرفة ما أخفي عنة أو استكمال النقص وذلك أثناء تحرك القصة الي الأمام ، فيزداد التركيز والتلهف علي المشاهد والمتابعة مع تقدم الخط القصصي الي الأمام في نفس الوقت وهو أفضل بطبيعة الحال من مجرد التشويق العابر

ولكن الذي يحتاج منا وقفة خاصة هو نوع أكثر إثارة وأصالة وهو(التشويق الدرامي)ولما كان هو مناط قولنا فسنطلق علية كلمة التشويق فقط دون إضافة مراعاة للتيسير وهو ما يشكل الاتجاه المتعارف عليه عادة في الأوساط المعينة بدراما الشاشة وكثيرا ما يستخدمه البعض كأسلوب مميز في كل أعمالهم أو في معظمها وقل أن يهمله أو يرفضه الآخرون

ويمكن أن نعرف هذا التشويق ببساطة بأنه (انتظار مشوب بالتوتر أو القلق مع المتعة) فإذا تعمقنا في هذا التعريف وجدنا.

(أولا) أنه لابد وأن توجد مقدمات ومعلومات تسبق الانتظار لحدث ما والتي تشكل مبررات التشويق ،وهي لاما تسبقه مباشرة بأجمعها ، وأما أن تكون قد سبق معرفتها من التقدمة والاغتراس أو أ و أثارتها المؤشرات مع إضافة جديدة موضعية تفجر التوتر وأن تذكرة المشاهد بالمقدمات تشكل أهمية خاصة إذا كانت قد عرضت في مرحلة مبكرة جدا بحيث يكون الاحتمال الأكبر أنها تعرضت للنسيان فلن يكون هناك

تشويق دون إنعاش ذاكرة المشاهد الذي يكون عندئذ وكأنه يتلقى معلومات جديدة ويشاهد دون اندماج أو انفعال مع الحدث أو علي الأقل دون الإحساس بالتشويق الذي يعنينا.

(وثانيا) أنه طالما أن الانتظار مشوب بالقلق والتوتر فهذا يعني أننا نعرف الهدف، ونعرف من المقدمات أن نتيجة الحدث غير مؤكد وإلا كانت مسألة تحقيق الهدف هي تحصيل حاصل ولا تثير قلقا أو توترا.

(وثالثا) انه لابد وان يكون المشاهد مهتما بالحدث ونتيجته على أي صورة من صور الاهتمام التي ذكرناها.

(رابعا) يجب أن تأخذ فترة الانتظار زمنا كافيا فلا يكون مجرد لحظة عابرة لا يمكن في أثنائها خلق توتر ذي قيمة أو أثر لدي المشاهد.

كما أنه يجب عدم زيادة الانتظار على الحد المقبول مراعاة لعامل الزمن من ناحية ولضرورة مراعاة الطاقة البشرية من جهة أخري.

فالمشاهد لا يحتمل توترا أو قلقا يزيد علي حد احتماله إذ قد يصيبه الملل أو يضطر الي أن يجري التصحيح من عند التوتر كما قدمنا، فإذا به مثلا يضحك لسبب تافه وهو ضحك عصبي كما قلنا سيفسد عملك بطبيعة الحال. وأنت المخطئ.

(وخامسا) وفي حدود الزمن الكافي الذي ذكرناه لابد من رفع درجة التوتر شيئا فشيئا ، أو علي الأقل المحافظة علي مستواه من الهبوط وفي كلا الحالتين يجب أن تتزايد قوة التأثير في صياغة عملك أثناء فترة الانتظار ولتوضيح ذلك ، فلنفرض أنه في بداية الانتظار كان عملك يعطي توترا يساوي ١٠درجات واستمرت صياغة العمل بنفس المستوي ، فلا تظن النهاية يعطي ١٠ درجات أيضا ، بل سيهبط التأثير الي ٦

درجات مثلا لدي المشاهد .وعليه فان الاحتفاظ بنفس درجة التوتر لديه تستلزم في نهاية الرحلة أن تكون قوة الصياغة يعطي ١٥ درجة مثلا تصل الي المشاهد كعشر درجات فقط .وأذكرك في هذا بيوم كنت جائعا جدا وجلست الي المائدة فإذا بك تتناول الطعام بشهية عظيمة ، حتي ولو لم يكن الطعام ممتازا وكلما توغلت في الأكل كلما هبطت الشهية وهبط إيقاع تناول الطعام إلا إذا توالي تقديم أطعمة تتزايد في جودتها وجمال طعمها فمن الممكن عندئذ أن تحتفظ بنفس الشهية آن لم تزداد (وسادسا) أما عن المتعة فان الأصل في كل العمل هو إمتاع الجماهير – الي جوار أية أهداف أخري – اذ أنه بغير هذا العامل فمن المشكوك فيه أن يقبل الناس علي مشاهدة العمل وبالمثل في التشويق ، يجب أن تتوافر فيه المتعة بالرغم مما يصاحبه من توتر وقلق لدي الشاهد وبما يمكن أن نسميه (الألم اللذيذ)طالما أنه لم يتعد الزمن المعقول كما قدمنا . والتلهف على النتيجة أو إنهاء التوتر إنما يشكل تناقضا ظاهريا، إذ لو كانت فترة تشويق تشكل ألما حقيقيا ممضى أو مقبضا فإنها تكون مرحلة غير مرغوب فيها بالمرة.

وإذا تذكرنا أن التشويق يستغرق جانبا كبيرا من زمن العرض فمعني ذلك أن المشاهد يقضي معنا زمنا تعيسا يدفع به بالقطع الي رفض العمل وهو عكس ما يحدث. وهذا التلهف من المشاهد على التخلص من التوتر والقلق، مع استمتاعه بهما في نفس الوقت، إنما يشبه الي حد كبير تلهف مشاهد كرة القدم على إنهاء المباراة حتى يحتفظ الفريق الذي يشجعه بالنصر (أمام الفريق المنافس في ندية واضحة) مع استمتاعه الشديد بفترة التوتر التي تسبق سماع صفارة الحكم وهي تجربة كثيرا ما مرت بنا، فهي إذن متعة مستمرة وان تنوعت أشكالها وهذه الثنائية بين استعذاب الألم مع التلهف على

التخلص منه تبدو علي أظهر صورة في أفلام الرعب. كما أن هذه الثنائية تظهر بصورة أخري حينما يكون التشويق مختصا بهدف سعيد، مثل لقاء حبيبين بعد غيبة طويلة، فبالرغم من لهفة المشاهد على تحقيق اللقاء فانه يستعذب الألم في العقبات التي تعطل تحقيقه والتي ترفع بالضرورة مع وقع اللقاء بعدئذ. ولكن حذار في كل الأحوال من أن يزيد التشويق على الحد المعقول.

(سابعا) يجب في نهاية الانتظار أ ن تقدم النتيجة للمشاهد سواء أكانت مشبعا لتوقعه النهائي أو مفاجأة أو إحباطا أو تسويفا لا يطول زمنه، المهم ألا تثير التشويق وتتركه معلقا وتنتقل الي حدث جديد، إلا إذا كان الحدث الجديد يرهص بالتدخل في الحدث السابق لحسم النتيجة أو كعنصر إضافي لزيادة التشويق

وهناك استثناءات بالطبع لكل قاعدة –خاصة لقواعد الفن – وفيها نعتمد أن نترك للمشاهد استخلاص النتائج التي ترضية ويستحسن في هذه الحالة أن يسود هذا الأسلوب في العمل ومن ثم يرتب المشاهد نفسه على ذلك ويستخدم التشويق عندئذ لتعميق دلالة الأحداث واستثارة الذهن لاستخلاص النتائج وهو أسلوب يتسم بالصعوبة والمخاطرة كما يمكن أن يعتمد الكاتب عدم التوسل كثيرا بأسلوب التشويق حتى يقلل من إثارة الانفعال لدي المشاهد رغبة منه في مخاطبة ذهنه فان شدة الانفعال تؤدي في الأغلب الي تعطل الذهن

ثامنا) يجب أن نتنبه الي أن التشويق يرفع من حرارة وإيقاع العرض لدي المشاهد، وبتقدم النتيجة يهبط الإيقاع بالضرورة وعندئذ قد يتوقف لديه التدفق والتقدم الي الأمام ومن ثم فيجب أثناء التشويق أن نثير لدي المشاهد تساؤلا جديدا يريد الاجابة عنة، أو تلهفا على شيء آخر دون افتعال، أي نخرج من تشويق الي تشويق وهكذا.

حتى الذروة الكبرى التي يهبط الإيقاع بعدها بالضرورة وقد انتهي التشويق علي صور مختلفة، وأشهرها أن يكون المشاهد علي علم بشيء لا تعلمه الشخصية كأن يعرف بوجود كمين مدبر للبطل وهو لا يعلم عنه شيئا ويتزايد قلق المشاهد كلما اقترب البطل من الكمين وكلما كان أكثر عرضة للإصابة. وهنا يكون المشاهد في حالة تشويق بينما يكون البطل في حالة مفاجأة عند ظهور الكمين

وقد يكون المشاهد والبطل كلاهما علي علم بالكمين. ولكن لابد للبطل من المرور بالمكان. فكيف يتصرف؟ وهل سينجح أو لا ينجح؟ وهنا يكون المشاهد في حالة تشويق والبطل في حالة أزمة تستمر أثناء صراعه مع الكمين

أضف إلى ما ذكرناه هنا ما سبق ذكره عن التشويق في مواضع متفرقة مثل مواجهة العقبات والصراع مع الزمن والصيرورة.

بقي أن نقول هذا اللون الذي تحدثنا عنها ليس شرطا لازما من شروط الحبكة ولكنة لون من ألوانها المستحبة والمثيرة لاهتمام المشاهد مهما كانت درجة التشويق التي قد تصل بالمشاهد الي ما نسميه مجازا (حبس الأنفاس)

ويمكن الاسترشاد بما قللناه عن أركان التشويق في صياغة المشاهد أو تدفق الحوار، ولو كان الأمر يستغرق زمنا قصيرا أو يدخل في إطار ما سميناه –بشي من التجاوز – (التشويق العابر) أو (التشويق بالإخفاء في السرد القصصي)

والتشويق على أي صورة من صورة يثير الانتباه ويشجع على المتابعة، وهناك من الكتاب (وغيرهم من جمهور التنفيذ) من يضعونه في المقام الأول من وسائلهم المحببة في تناول أعمالهم. ومنهم أيضا من يرفضونه تماما لرغبتهم في تحاشي كل ما يثير الانفعال حرصا على مخاطبة العقل.

وبين الطرفين ميدان واسع لإبداع الكاتب حسب مزاجه الخلاق وحسب احتياجات العمل أو المرحلة من العمل التي يتناولها. ولكننا نستطيع بصفة عامة أن نقول بأن القاعدة الأجدر بالرعاية هي الاستعانة بالتشويق على أية صورة وبالقدر المناسب. وأما الاستثناء فهو الاستغناء عنه تماما.

المفاجأة:

ولن نتوقف طويلا معها فهي أمر يكاد أن يكون معروفا لنا جميعا إلى حد كبير وهي تعني بصفة عامة حدوث شيء لم يكن متوقعا ودون مقدمات تدخله في دائرة التشويق، مثل انفجار فجائي لقنبلة أو انفجار إطار سيارة وانقلابها (دون مقدمات) أو المفاجأة باكتشاف قيام بعض الحشرات بإتلاف مستند هام أو ظهور الخصم فجأة أمام البطل وهو أعزل (مع مفاجأة المشاهد أيضا). وهكذا.

وقد تأتي المفاجأة للمشاهد وللشخصية معا أو تأتي للمشاهد فقط دون الشخصية وهو ما لا ننصح به إذ أنه من المفضل أن يسبق المشاهد الشخصية بخطوة دائما أو تتزامن الخطي بينهما على الأقل وإن كان من الممكن مفاجأة المشاهد في بعض الحالات وعلى الأخص في الأفلام البوليسية ثم يعطي له التفسير.

وكمبدأ عام. فتجب مراعاة مبدأ الاحتمال في المفاجآت كأن يكون هناك احتمالان مثلا أحدهما بعيد والآخر قريب ونفاجأ بحدوث الاحتمال البعيد على أن نحس أثناء المفاجأة أو بعدها أنها محتملة فعلا بتذكرنا المعلومات السابقة أي أن المفاجأة تنعش ذاكرة المشاهد أثناء أو بعد حدوثها علي عكس التشويق الذي ننعش فيه ذاكرة المشاهد قبل بداية الحدث موضوع التشويق إذا لزم الأمر ذلك كما قدمنا.

وقد تكون المفاجأة من القوي والتأثير بحيث تؤدي إلي تحول جذري في مسار العمل وهي تسمي عندئذ " انقلابا دراميا " مثل المفاجأة في عودة المحارب المفقود في المثال الذي ذكرناه سابقا بعد أن تزوجت أرملته من آخر وما يترتب على ذلك من تحول جذري في مسار العمل بطبيعة الحال.

ويجب ألا نبالغ في أهمية المفاجأة في الاستيلاء على انتباه المشاهد فهو استيلاء مؤقت ينتهي في الأغلب بانتهائها.

وهناك من الكتاب من يفضل العمل بأسلوب التشويق ومنهم من يفضل أسلوب المفاجأة وإن كان الأسلوب الأول هو الأفضل بصفة عامة ولكن يجب ألا نسير على وتيرة واحدة فإذا أخذنا بأسلوب التشويق فلنستخدم أساليبه المختلفة وبين الحين والحين نلجأ إلى أسلوب المفاجأة بطرقه المختلفة أيضا. كما يجب ألا يكون الأمر سلسلة متصلة لا تنفصم من التشويق والمفاجآت بدعوي العمل على استمرار توتر المشاهد وانتباهه إذ يجب التفريج عنه من حيت لآخر مراعاة للطاقة البشرية ولتجديد نشاطه ومشاركته معنا ومراعاة لما سبق ذكره من إثراء تجربة المشاهدة بأشياء أخري مجرد الحدوثة جيدة الصنع ولنتذكر المضمون والحبكة الباطنة وما ذكرناه من حديثنا عن الصيرورة وفي ختام حديثنا عن التشويق.

ونحن نحذر من إغراء التأثير الوقتي للمفاجآت وما تعطيه من حيوية للعرض وحيوية الاستجابة من الجماهير، فكثيرا ما يعود المشاهد إلي نفسه بعد ذلك ويحس بمدي التكلف والبعد عن الواقع في العمل وصولا إلى استثارته وقد يأتي الأمر بأثر عكسي عندئذ أو يطمس المعني تحت تأثير كثرة المفاجآت (والتشويق أيضا) ثم. يضيع كل شيء بانتهاء العرض الساخن المشوق.

المفارقة الدرامية:

كثيرا ما تختلف الأقوال في فهم وتحديد معني المفارقة الدرامية ونحن كعادتنا نرفض أن نحصرها في إطار معين فهي تتسع لكل المفاهيم في دراما الشاشة فهي قد تكمن في الاختلاف البسيط بين المعني الظاهر للفعل والمعني الحقيقي أو الباطن الذي يعرفه بعض الشخصيات ويمكن أن نسميها مفارقة سوء التفاهم كأن يطارد رجل البوليس أحد الأشخاص وهو يمعن في الهرب منه ولكن ينقض عليه أحد المارة الأقوياء ويقبض عليه ويوسعه ضربا وهو يتصور أنه يقدم خدمة جليلة للعدالة ثم يتضح أنه أفسد لقطة سينمائية هامة كان يجري تصويرها كما أصاب الممثل بكدمات قد تعطل التصوير لبضعة أيام وكم حدثت مثل هذه المفارقات أثناء التصوير الخارجي في جميع أنحاء العالم .

وقد تأتي المفارقة بتحقيق أمنية تتمناها إحدى الشخصيات ولكنها تأتي بنتيجة عكسية لما هو مرغوب تبعا للأسلوب ومدي تحقق الشخصية أو قبلها بقليل ويمكن أن نسميها " مفارقة الإشباع العكسي " وذلك كمن يعد بعض المأكولات الطيبة احتفالا بعيد مولده وينتظر حضور بعض الأصدقاء لمشاركته في المناسبة السعيدة ولكن يصيبه الإحباط الشديد بعد أن يمضي جانب كبير من الأمسية ولا يحضر أحد وفجأة يسمع جرس الباب الملح ويتهلل وجهه فرحا ويفتح الباب ويفاجأ بحضور الأصدقاء بجلبتهم السعيدة ومعهم زوجاتهم وأطفالهم وآخرون بما يفوق كثيرا من توقعاته ويبدو واضحا أن المأكولات لن تكفيهم أو يسعهم المكان وتنقلب فرحته إلي شعور شديد بالحرج والورطة الكبيرة التي لا يعرف كيف يخرج منها .

وثمة مثال آخر مشهور وهو المفارقة التي تحدث للرجل الذي تمني طويلا أن تنجب له زوجته طفلا يسعده ثم يفاجأ بها تنجب خمسة توأم.

وهناك لون آخر محبب وهو " المفارقة التهكمية " بان يقول أحدهم شيئا او يطلب شيئا يتناقض ظاهر معناه مع حقيقة ما يقصده وهي أحسن وقعا في العادة إذا لم يفهم المخاطب المعني الحقيقي وتأتي ردود أفعاله على هذا الأساس ويشترط دائما أن يكون المشاهد علي علم بالمعني الحقيقي المقصود ويمكن أن نلحق هذا النوع من المفارقة بالتورية وذلك إذا لم يطل الأمر.

ونأتي إلى لون هام من ألوان المفارقة وهي التي تتجاوز مدي الحدث الصغير أو المتوسط أو الموضعي وتشمل العمل ككل أو تشكل صلب العلاقة الرئيسية أو الموقف الرئيسي الذي يقوم عليه العمل ويمكن عندئذ أن نسميها المفرقة الأساسية أو السائدة. ويتمادى البعض في اعتبارها عنصرا جوهريا في الدراما أو هي لبابها أو المبدأ التنظيمي الذي يحكم بناء العمل وان كل ما عداها لا يمت إلى المفارقة بسبب.

وفيها يتحقق الاتفاق مع الاختلاف (أو العكس) كأن يتفق الرجل والمرأة في حب كل منهما للآخر ولكن هناك اختلافا في الفهم (كحب كل من عطيل وديدمونة للآخر) ومن الفرق بين الوهم في كل من الجانبين وبين الحقيقة التي لا يعرفها إلا الجانب الآخر على حدة تقوم المفارقة.

<u>المخرج التليفزيوني:</u>

وبرامج التليفزيون بشتى ألوانها تعتمد اعتمادا كليا علي المخرج فهو الشخصية الرئيسية المنوط بها خلق البرنامج إلى حيز الوجود والنصيحة الذهبية التي توجه دائما إلى كل المتعاملين مع برامج التليفزيون هي طاعة المخرج طاعة عمياء.

ومخرج البرنامج التليفزيوني يعتبر أول مشاهد له وعليه أن يحكم عليه قبل كل شيء من واقع رد الفعل لديه والمخرج الناجح هو الذي يتصور في ذهنه منظر التمثيلية أو البرنامج على الشاشة ما يعتقد هو انه صواب وليس ما يتصور أن الجمهور سيعتبره صوابا كما يجب أن يخلق المخرج من نفسه ناقدا ليدلي برأيه في برامجه قبل عرضها على الجمهور.

والإخراج التليفزيوني موجه للعين والأذن معا مع التركيز على ما هو موجه للعين بعكس الحال في الإذاعة حيث يستطيع المخرج أن ينتقل إلى أي مكان في العالم معتمدا على الأصوات والموسيقي في المؤثرات الصوتية.

أما مخرج التليفزيون فغنه مقيد بعدد معين من المناظر والديكورات ومساحة الأستوديو المحدودة كما يصعب عليه إضافة أو تغيير ماكياج أحد الممثلين أو الانتقال من منظر إلى آخر ويمكن القول إن المخرج الإذاعي يعتمد في إخراجه على ثلاثة أشياء هي:

١- الأصوات البشرية.
٢- الموسيقي.
٣- المؤثرات الصوتية.

أما المخرج التليفزيوني يجب أن يضيف أشياء أخري:

١- المناظر.

٢- الملابس.

٣- الإكسسوار.

٤- الماكياج.

٥- حركة الكاميرا.

٦- الإضاءة.

والإخراج التليفزيوني يتطلب أشياء أهمها:

١- الإلمام بإمكانيات التليفزيون مثل استخدام الكاميرات والعدسات المختلفة

٢- حسن استغلال المناظر والديكورات وتوظيفها الكامل على ضوء مساحة الأستوديو المحدودة.

٣- تحريك الممثلين بما يناسب حجم الشاشة وقدرة العدسات التليفزيونية.

٤- البساطة والوضوح الحيوية وإثارة الانتباه والتشويق.

٥- دراسة جمهورا لمشاهدين وهو جمهور متباين الثقافات والأعمار والحالة الاجتماعية ولهذا يفترض للتليفزيون جمهور متوسط الحال في جميع النواحي.

٦- اختيار الموضوعات التي تصلح للتليفزيون باعتباره وسيلة ترفيه أسرية لا تسمح بالموضوعات الشائكة.

٧- اختيار المناظر التي يمكن تصويرها بأقل عدد ممكن من الكاميرات.

٨- البعد عن الإسفاف والتكلف والتعبيرات المستهلكة

٩- والمخرج التليفزيوني بحكم وجود المنظر أمام المشاهد ملزم بتحديد المكان والزمان والحالة الاجتماعية للعصر وملابس الشخصيات وملامحهم وكل ما يتصل بالأبعاد النفسية والثقافية والاجتماعية الخاصة بهم وهنا يظهر الفارق بين الإخراج الإذاعي والإخراج التليفزيوني وهذا لا يعني أن المخرج الإذاعي لا يهتم بتحديد الزمان والمكان ولكنه يعتمد على الحوار الذي يدور بين الشخصيات لتحديد ذلك. فعندما يعرضهم خرج الدراما التليفزيونية مثلا إلى شخصية دينية كشخصية بلال بن رباح مؤذن رسول الله عليه أن يضع كل إمكانياته ويبذل أقصي جهده لتظهر الشخصية مطابقة للشخصية التي يتخيلها المشاهد نتيجة لقراءته عن هذه الشخصية وسوف يكون الأمر محرجا للغاية إذا فشل المخرج في اختيار الممثل المناسب للشخصية.

ولعلنا نذكر كيف استطاع المخرج الإذاعي (يوسف الحطاب) أن يصور لنا إذاعيا في حلقات (أحسن القصص) صورة الجنة وصورة النار ببراعة فائقة معتمدا على الحوار والمؤثرات الصوتية ومقدرة على إثارة خيال المستمع، ولا أظن مخرجا تلفزيونيا يستطيع أن يصور لنا هذين المشهدين بمثل هذه البراعة الإذاعية.

وقبل أن يبدأ المخرج التليفزيوني في عمله عليه أن يقرأ النص المنوط بإخراجه قراءة جيدة تمكنه من المعايشة التامة للموضوع كما أن عليه إعداد "نص الكاميرا " بناء على النص الذي تقدم به المؤلف أو كاتب السيناريو وفيه توضيح اللقطات وزوايا الكاميرا

والموسيقي والحوار والمؤثرات الصوتية والديكورات وقطع الفيلم السينمائي وشرائح العرض الخلفي والمؤثرات الخاصة .... الخ. ولا شك أن الإخراج الجيد في التليفزيون يحتاج إلى البساطة والوضوح والشخصية المتميزة والذوق الرفيع.

الممثل التليفزيوني:

وممثل التليفزيون شانه شان ممثل السينما يحب أن يكون قادرا على توصيل المعاني والعواطف إلى المشاهد بوضوح عن طريق التعبير بالوجه بإخلاص وصدق وبعد التكلف ولا شك أن أنجح التمثيليات هي تلك التي يمكن تصويرها في معظم مراحلها في لقطات عن قرب أو لقطات كبيرة تملأ أكبر جزء من الشاشة لأن ردود الأفعال لدي الممثل تشكل أهمية كبري لدي المشاهد وعلى العكس من ذلك فغن التمثيل المسرحي يبيح للمثل أن يستخدم جسمه كله للتعبير عن فكرة ما أو انفعال ما.

تدريبات الفصل السابع

تحدث

باختصار عن كل من:

اشكال التمثيلة الاذاعية...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

انواع الدراما التليفزيونية...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

الفصل الثامن

حقوق النشر وميثاق الشرف الاعلامي

- الجهات المعنية بتنظيم النشاط الاذاعي
- ميثاق الشرف الإذاعي
- حقوق وواجبات المهنيين
- بعض المسائل المتعلقة بالمهنين الاعلاميين

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل يجب انا يكون الدراس قادر علي:

١- مواثيق الشرف الإعلامية

٢- حقوق المهنيين الإعلاميين وواجباتهم

٣- الجهات المعنية بتنظيم النشاط الإذاعي والتليفزيوني

الجهات المعنية بتنظيم النشاط الإذاعي

اتحاد الإذاعة والتليفزيون:

تنظيم النشاط الإذاعي ينظم النشاط الاذاعي والتليفزيوني في مصر قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ وتعديلاته بقانون رقم ٢٢٣ لسنة ١٩٨٩ حيث تتولي شئون الاذاعة المسموعة والمرئية في مصر وفقا لهذا القانون – هيئة قومية باسم اتحاد الاذاعة والتليفزيون لها شخصيتها الاعتبارية ولها حدها إنشاء وتملك محطات البث الاذاعي المسموع والمرئي في مصر وتتولى هذه الهيئة الاشراف والرقابة على المواد المسموعة والمرئية التي تبثها أجهزتها وتخضع لرقابتها كل ما تنتجه الشركات المملوكة لها اهداف الاتحاد واغراضه :

يهدف الاتحاد الى تحقيق رسالة الاعلام الاذاعي المسموع والمرئي سياسياَ وتخطيطا وتنفيذا في إطار السياسة العامة للمجتمع ومتطلباته الاعلامية أخذاَ بأحدث ما تصل اليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراته في مجالات توظيف الاعلام المرئي والمسموع لخدمة المجتمع وبلوغ اهدافه

ويعمل الاتحاد على تحقيق الاغراض الاتية

١–اداء الخدمة الاذاعية المسموعة والمرئية بالكفاءة المطلوبة وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية في إطار القيم والتقاليد الاصلية للشعب المصري وفقا للمبادي العامة التي نص عليها الدستور

٢–العمل على دعم النظام الاشتراكي الديمقراطي والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي وصيانة كرامة الفرد وحريته وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الاعمال الاذاعية من مسموعة ومرئية

٣-العمل على نشر الثقافة وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والانسانية وفقا للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين اسهاما في بناء الانسان حضاريا وعملا على تماسك الاسرة

٤-تطوير الاعلام الاذاعي والتليفزيوني والالتزام بالقيم الدينية والاخلاقية في المواد الاذاعية

٥-الاسهام في التعبير عن مطالب جماهير الشعب ومشكلاته اليومية وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء في شأنها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضا موضوعيا

٦-الاعلام عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة اذاعته رسميا وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا

٧-الالتزام بتخصيص جانب من وقت الارسال الاذاعي والتليفزيوني للأحزاب السياسية ابان الانتخابات لشرح برامجها للشعب وكذلك تخصيص جانب من وقت الارسال بصفته منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للراي العام

٨-نشر الارسال الاذاعي المسموع والمرئي بالكفاءة المطلوبة لتغطية جميع انحاء الجمهورية ودعم وتطوير اجهزته وفقا للأساليب العلمية الحديثة مع الالتزام بالإدارة العلمية والاقتصادية لمختلف اجهزته ومرافقة

٩-تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب واظهار وتشجيع المواهب الجديدة

١٠-توثيق الروابط الاذاعية مع مثيلاتها في البلاد العربية والاسلامية والاجنبية

١١-تطوير الخدمات الاذاعية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة

١٢-العمل على دعم نشرات الانباء والتغطية النشطة للأحداث المحلية والعالمية والتعليق الموضوعي عليها والاهتمام بدعم امكانات المندوبين والمراسلين الاذاعيين في الدخل والخارج

١٣-النهوض بالمستوى الفني والمهني للقائمين بالخدمات الاذاعية المسموعة والمرئية

مهام الاتحاد واختصاصاته

وللاتحاد ان يتعاقد وان يجري جميع التصرفات والاعمال المحققة لأغراضه دون التقيد بالنظم والاوضاع الحكومية وله على وجه الخصوص ما يأتي:

١-تأسيس شركات مساهمة بمفرده او مع شركاء اخرين في المجالات المتصلة بأغراضه

٢-شراء الشركات او إدماجها فيه والدخول في مشروعات مشتركة مع الجهات التي تزولا عمالا شبيهة بأعماله او التي قد تعاونه على تحقيق اغراضه سواء في جمهورية مصر العربية او خارجها

٣-إنتاج المواد الفنية الاذاعية والتليفزيونية وتسويقها بالبيع في الدخل والخارج وفقا للشروط والاوضاع التي يراها محققه لأغراضه

٤-تملك التأليف والنشر واسماء الشهرة التجارية للمواد الاذاعية التي ينتجها او يستخدمها ومنح الغير حق استخدامها

٥-استثمار أموال الاتحاد في الاوجه التي تتفق مع اغراضه

٦-الحصول على التسهيلات المصرفية والائتمانية لتمويل مشروعاته الاستثمارية على ان تحدد الكومة الحد الأقصى للمديونية.

٧-الاحتفاظ بحصيلة ايراداته من النقد الاجنبي والتصرف فيها لمواجهة احتياجاته دون التقيد بالقوانين واللوائح والانظمة المقررة في هذا الشأن

٨-انتاج وإذاعة الاعلانات التجارية وفقا للسياسات التي يضعها في هذا الشأن بما لا يخل بالقيم او التقاليد العامة

٩-إنشاء مراكز التدريب لأعداد العاملين وتنمية مهاراتهم في مختلف فروع العمل الاذاعي والتليفزيوني وتشجيعا للبحوث والدراسات العلمية في هذا المجال.

١٠-التعاقد مع وكالات وشركات الانباء العالمية

١١-إصدار المطبوعات او الدوريات او المجلات التي تعبر عن رسالة اتحاد الاذاعة والتليفزيون

الاشراف على الاتحاد وادارته

يتولى وزير الاعلام الاشراف على الاتحاد ومتابعة تنفيذه للأهداف والخدمات القومية بما يكفل ربطها بالسياسة العليا والاهداف القومية والسلام الاجتماعي والوحدة الوطنية والخطة الاعلامية للدولة

ويكون للاتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين وجمعية عمومية ويتكون الاتحاد من قطاعات هي

١-رئاسة الاتحاد ٢-الاذاعة ٣-التليفزيون ٤-الهندسة الاذاعية

٥-الانتاج ٦-الشئون المالية والاقتصادية ٧-والامانة العامة

مجلس الامناء

تشكيله

١- رئيس يصدر بتعيينه وتحديد مرتبه ومخصصاته ومدة رئاسته قرار من رئيس الجمهورية بناء على اقتراح رئيس مجلس الوزراء ٢- عدد من الاعضاء من بين الشاخصات العامة ذات المشاركة الفعالة في النشاط الفكري والديني والفني والعلمي والثقافي والصحفي والاقتصادي والهندسي والمالي والقانوني والمتهمين بنشاط الشباب والمرأة والطفولة وغيرها من النشاطات على ان تكون لهم الاغلبية العددية في عضوية المجلس ويصدر بتعيينهم وتحديد مكافاتهم ومدة عضويتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء

٣-الاعضاء المنتدبون لإدارة القطاعات الرئيسية للاتحاد

٤-رئيس الهيئة العامة للاستعلامات

اختصاص مجلس الامناء

يختص مجلس الامناء بو ضع السياسيات العامة لعمل الاتحاد واعتماد الخطط الرئيسية المتعلقة بتنفيذها ومتابعة وتقييم أجهزة الاتحاد لمهامها وللمجلس ان يتخذ ما يلزم من القرارات لتحقيق أغراضه وفقا لأحكام قانون اتحاد الاذاعة والتليفزيون وله على وجه الخصوص ما يأتي

١-وضع ميثاق شرف للعمل الإعلامي في الاذاعة المسموعة والمرئية وأخلاقيات الرسالة الاذاعية وتحديد أسلوب الالتزام بهذا الميثاق

٢-اعتماد القواعد واللوائح والنظم المتعلقة بسير العمل في قطاعات الاتحاد وشركاته المملوكة بالكامل بما يكفل تقديم الخدمات الاذاعية المسموعة والمرئية بأعلى قدر من الكفاية على أساس من الادارة الاقتصادية السليمة

٣-اعتماد اللوائح المتعلقة بالشئون الادارية والمالية بما يتفق ومتطلبات العمل في مختلف أبعاده بما يكفل له المرونة واللامركزية

٤-إصدار لائحة لشئون العاملين ومعاملتهم المالية بما يتفق وطبيعة العمل الإعلامي وما يحقق لهم الرعاية ويكفل الارتفاع بمستوى الاداء وذلك دون التقيد بالنظم الخاصة بالعاملين المدنيين بالدولة

٥-الموافقة على البرامج السنوية لاستثمارات الخطة والسياسة العامة لإنتاج المواد المذاعة واسس الاستعانة بالبرامج والمواد الاجنبية

٦-اعتماد القواعد التي تتبع لأعداد الموازنة التخطيط والموازنة السنوية للاتحاد على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية

٧-اعتماد قواعد الاستعانة بالخبرات الاجنبية في مجال الاذاعة المسموعة والمرئية

٨-اقرار المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التي يحصل عليها من الخارج

٩-اعتماد اسس تقييم الاداء والحكم على كفاية النشاط

١٠-اعتماد القواعد التي تحكم انشطة الاتحاد ذات الصبغة التجارية

١١-إبداء الراي في التشريعات المتعلقة بالإذاعة المسموعة والمرئية

١٢-الموافقة على انشاء الفرق الموسيقية والمسرحية بما يتفق وانشطة الاتحاد وخدمة اغراضه

١٣-اعتماد خطط القوى العاملة ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف ولمجلس الامناء ان يشكل لجانا دائمة او مؤقته من بين اعضائه لمعاونته في دراسة ما يقدم له من الموضوعات وله أن يضم الى تلك اللجان اعضاء من داخل الاتحاد او خارجه. ويعقد مجلس الامناء دورة عمل عادية كل شهر على الاقل كما تجوز دعوته للانعقاد في غير موعد الدورة العادية وذلك بناء على طلب وزير الاعلام او

نصف عدد اعضاء المجلس او الاعضاء المنتدبون ولا يكون الاجتماع صحيحا الا إذا حضره نصف عدد اعضائه على الاقل ويتولى رئيس المجلس توجيه الدعوة الى اجتماعاته واعداد جدول اعماله وتصدر قرارات المجلس بأغلبية الحاضرين وعند التساوي يرجع الجانب الذي من الرئيس

وتبلغ قرارات مجلس الامناء الى الوزير لاعتمادها خلال ثلاثين يوما من تاريخ ابلاغه بها فإذا اعترض عليها كلها او بعضها اعيد ما اعترض عليه الى المجلس لإعادة النظر فيه ولوزير الاعلام حضور جلسات المجلس ويتولى في هذه الحالة رئاستها. ويضع المجلس لائحة بتنظيم اعماله واجتماعاته وتوزيع الاختصاصات والمسؤوليات بين اعضائه

اختصاصات الرئيس عند غيابه.

مجلس الأعضاء المنتدبين

تشكيله: يشكل مجلس الأعضاء المنتدبين برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية للاتحاد

ويضم الى المجلس عدد من مديري إدارات القطاع بحكم وظائفهم وعدد آخر من العاملين في الاتحاد يصدر باختيارهم قرار من مجلس الأمناء. ويعين عضو مجلس الأمناء المنتدب بقرار من رئيس الجمهورية لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد

ويتولى إدارة قطاعات الاتحاد في إطار السياسات والنظم والقرارات التي يضعها المجلس، وتكون له كل الاختصاصات المالية والادارية اللازمة لأداء مسئولياته، وعلية أن يقدم تقريراً شهرياً عن نشاط قطاعه لمجلس الأمناء، وله أن يفرض مسئولا أو أكثر في بعض اختصاصاته.

ويكون التعيين في الوظائف الرئيسية بالاتحاد بقرار من وزير الاعلام بناء على عرض رئيس مجلس الأمناء.

اختصاصات مجلس الأعضاء المنتدبين:

يختص مجلس الأعضاء المنتدبين بما يأتي:

١-تنفيذ قرارات وسياسات مجلس الأمناء.

٢-التنسيق بين خطط وبرامج وأنشطة قطاعات الاتحاد وضمان عمله كفريق متكامل لتحقيق أهداف الاتحاد وتقصى الرأي العام بالنسبة للبرامج الاذاعية المسموعة والمرئية

٣-اعاد مشروع الخطة السنوية للبرامج واقتراح السياسة العامة لإنتاج المواد المذاعة وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية للعرض على مجلس الأمناء.

٤-دراسة التقرير السنوي عن الموقف المالي للاتحاد ورفع ملاحظاته في شأنه الى مجلس الأمناء، ووضع القواعد التي تتبع لأعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد، واستثمارات الخطة على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.

٥-دراسة المشروعات الاستثمارية الجديدة وتقديمها لمجلس الأمناء وفتح الحسابات المصرفية في البنوك التجارية المصرية والأجنبية.

٦-تنسيق مشروعات الموازنات الداخلية للقطاعات.

٧-اعاد القرارات الخاصة بتنظيم التقسيمات التنظيمية في القطاعات وتحديد اختصاصاتها ووضع خطط القوى العاملة، ومعايير وترتيب وتوصيف الوظائف ووضع خطط التدريب والبعثات للعاملين بالاتحاد ورسم سياسة البحوث العلمية.

٨-المتابعة الدورية للأداء في مختلف القطاعات، وبالأخص تكاليف التشغيل وحجم الايرادات.

٩-عقد القروض وقبول الهبات والمنح والاعانات لصالح الاتحاد وفقا للقواعد العامة المقررة في هذا الشأن بعد اعتماد مجلس الأمناء

١٠-وضع القواعد المنظمة للعلاقة بين الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل.

١١-وضع اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل في قطاعات الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل.

١٢-حفظ المواد الاذاعية وفقا للنظم والقواعد التي يقررها مجلس الأمناء.

١٣-اتخاذ جميع الاجراءات والتصرفات من أجل تجديد وتطوير المحطات والمعدات لدعم ارسال واستقبال الاذاعات المسموعة والمرئية.

ويجتمع مجلس الأعضاء المنتدبين مرة على الأقل كل اسبوعين بدعوة من رئيسه ويدعى أيضاً للانعقاد إذا طلب ذلك نصف عدد أعضائه على الأقل ويضع المجلس لائحة بتنظيم العمل فيه.

ويشكل العضو المنتدب لجنة من مديري الادارات في القطاع تعاونه في ادارته وتسيير العمل اليومي.

واقتراح السياسة التي يسير عليها العمل في ضوء قرارات مجلس الأمناء ومجلس الأعضاء المنتدبين وتوجيهاتها.

وتتولى على الأخص:

١-اتخاذ القرارات المتعلقة بالشئون التخصصية لأعمال القطاع.

٢-الموافقة على مشروع الموازنة السنوية للقطاع.

٣-اقتراح فرض الرسوم وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التي يؤديها القطاع.

٤-البت في شئون العاملين بالقطاع.

٥-تعتمد أعمال هذه اللجنة من العضو المنتدب.

الجمعية العمومية:

تشكيلها:

تشكل الجمعية العمومية برئاسة وزير الاعلام وعضوية كل من:

*وزراء التخطيط والدولة للشئون الخارجية والمواصلات والصحة والاقتصاد والتجارة الخارجية وشئون مجلس الشعب والشورى والتعليم والمالية والثقافة والأوقاف والشئون الاجتماعية أو من ينوب عن كل منهم.

*رئيس وأعضاء مجلس الأمناء

*رئيس المجلس الأعلى للشباب والرياضة أو من ينيبه.

*وكيل الأزهر أو من ينيبه

*عدد من ذوي الخبرة في مجالات الاعلام والأنشطة المرتبطة به، ويصدر بتعيينهم قرار من وزير الاعلام.

اختصاصها:

تختص الجمعية العمومية للاتحاد بما يلي:

*اعتماد التقرير السنوي عن نشاط الاتحاد والشركات التابعة له والذي يعده مجلس الأمناء في إطار ما تحدده المادتان ٢ و٣ من قانون اتحاد الاذاعة والتلفزيون.

* اعتماد تقرير مراقب الحسابات.

* اقرار الموازنة التخطيطية للاتحاد، وفى حالة ما إذا ترتب على الموازنة التخطيطية أعباء مالية على الموازنة العامة للدولة لا تسري الا بموافقة الحكومة.

*إقرار زيادة رأس مال الاتحاد وتحديد مصادر التمويل.

*الترخيص باستخدام المخصصات في غير الأغراض المخصصة لها في موازنة الاتحاد.

*إقرار مشروعات انشاء الشركات أو المشاركة فيها أو مشروعات الادماج أو التصفية للشركات المملوكة للاتحاد.

* تعيين مراقب الحسابات وتحديد مكافأته.

*تنعقد الجمعية العمومية العادية للاتحاد مرتين على الأقل سنويا وذلك بدعوة من رئيسها، كما يجوز دعوة الجمعية العمومية للانعقاد في دورة غير عادية وذلك بناء على طلب رئيسها أو نصف عدد أعضائها

ولا يكون الاجتماع صحيحا الا بحضور ثلثي الأعضاء، وفى حالة عدم اكتمال العدد القانوني لصحة الانعقاد يؤجل الاجتماع لجلسة تالية، ويكون الانعقاد صحيحاً بحضور أغلبية الأعضاء.

وتصدر قرارات الجمعية العمومية بأغلبية أصوات الأعضاء الحاضرين، وفى حالة تساوى الأصوات يرجح الجانب الذي فيه الرئيس. ويحضر مندوب الجهاز المركزي للمحاسبات ومراقبو الحسابات اجتماعات الجمعية العمومية دون أن يكون لهم حق التصويت. إيرادات الاتحاد:

١-حصيلة الرسوم المقررة قانوناً لصالح الاذاعة والتلفزيون.

٢-المواد الناتجة من نشاط قطاعاته وما يؤديه من خدمات.

٣-الاعتمادات التي تخصصها الدولة للاتحاد.

٤-الاعانات والهبات.

٥-ما يعقده من قروض في الحدود والقواعد التي يقررها رئيس مجلس الوزراء ويرحل فائض ايرادات كل سنة مالية الى السنة التالية

.٦-حصة لاتحاد من فوائض الشركات المملوكة والتابعة. ويكون لكل قطاع موازنة داخلية تبين موارده ومصروفاته والفائض أو العجز في الايرادات.

ميثاق الشرف الإذاعي

أولا: المبادئ العامة

*الاذاعة المصرية المسموعة والمرئية ملك شعب مصر.

* الاذاعة أمانة في ضمير الاذاعيين يحملونها لصالح المجتمع.

*الاذاعة مسئولية يشعر بها كل إذاعي في أدائه.

*الإذاعي في أي موقع هو المسئول عن حقوق المستقبلين للإذاعة المسموعة والمرئية وتشمل مسئولية الإذاعي ما يأتي

(أ) تقديم المعلومات الصحيحة للشعب في حينها

(ب) الرعاية الكاملة لكل مصالح الشعب

(جـ) أمانة الاتصال بين الشعب وحكومته.

(د) عرض وجهات النظر المختلفة عرضاً متوازنا أمينا في كل القضايا التي تهم الشعب دون تحيز أو تحزب أو اثارة.

(هـ) بث الثقة بين المواطنين في الداخل والخارج.

(و) الالتزام باحترام الحريات العامة والقيم الدينية والقومية

(ز) حماية الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.

(ح) ارتباط الكلمة المذاعة بالضمير الإنساني.

(ط) المشاركة في تبصير الرأي العام.

(ى) المشاركة في تشكيل الذوق العام تشكيلا سليماً .

ثانيا: الأخلاقيات الاذاعية

للأخلاقيات الإذاعية مصادر رئيسية هي:

١-التعاليم السماوية.

٢-الكرامة الوطنية والانسانية.

٣-المثل العليا للإنسان المعاصر.

٤-سيادة القانون

٥-حرمة الاسر ورعاية الطفولة.

٦-الايمان بالكلمة الصادقة.

٧-صدق الإذاعي مع نفسه ومع الناس باعتباره قدوة للغير.

٨-المظهر اللائق في الأداء سواء كان ذلك بالقول أو الاشارة

.٩-الحفاظ على أسرار المهنة.

وفى ظل الأخلاقيات يحظر على الاذاعيين ما يأتي:

١-أي مساس بالعقائد والقيم وأي تعرض لما فيه أثارة من الطوائف.

٢-أي مساس بالأهداف القومية والتراث القومي.

٣-أي مساس بنظام العمل والعاملين.

٥-أي استغلال لغرائز الجماهير.

٦-أي تجاوز عن الحريات المكفولة للغير بالقانون أفراد أو جماعات.

٧-أي استغلال للعمل الإذاعي في منفعة شخصية.

٨-إذاعة أسرار الأمن القومي.

٩-إذاعة ما يدعو الى الانحلال أو ما يدعو الى الاحباط.

١٠-إذاعة ما يدعو الى استخدام العنف أو نشر الجريمة أو الاثارة الجنسية.

١١-إذاعة أي اعلان تجارى لا يتماشى مع أخلاقيات الاذاعة ونظامها أو لا يتفق مع مصلحة المجتمع والصحة العامة والذوق العام، أو يتعارض مع الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.

ثالثا: واجبات الاذاعيين

الاذاعيون شركاء في المسئولية عن الحقيقة وعن سمعة البلاد، وفى إطار هذه المسئولية يلتزمون بما يأتي:

*الارتفاع المستمر بمستوى الأداء.

* مرعاه التحديث والابتكار في كل ما يقدم من الأعمال الاذاعية المسموعة والمرئية.

* مراعاة التوازن بين القيمة التثقيفية وبين القيمة الترويجية في الانتاج الإذاعي اليومي.

* عدم إذاعة أي نبأ غير موثوق به

*عدم التقليل من شأن أي عمل كبير أو تعظيم أي عمل صغير.

* عدم الترويج لأي شخصية أو فكرة أو سلعة تمس كيان المجتمع ومصالح أفراده وجماعاته.

* عدم الاصرار على الخطأ والعمل على تصحيحه.

* عدم اعطاء المتحدثين ما ليس لهم أو تجريدهم مما لهم.

وفى تمكين الاذاعيين من أداء واجباتهم يراعى ما يأتي:

*كفالة حماية الاذاعيين من أي ضغط أدبي أو مادي لإكراههم على أي شيء لا يتفق مع كرامتهم أو كرامة عملهم، وكذلك حمايتهم من التعرض لما يضر بأشخاصهم أو بمصالحهم الخاصة أو العامة بسبب عملهم في الاذاعة

وتتناول سياسة الاتصال بعض المسائل المتعلقة بالمهنيين منها

أ–تأهيلهم وتدريبهم

أي تزويدهم بمهارات مهنية حديثة على درجة عالية من الكفاءة يستطيعون توظيفها في المجالات المختلفة للاتصال، واعدادهم تربويا، وتنظيم برامج دراسية او مؤتمرات لهم بين حين وآخر تستهدف تجديد معلوماتهم وإثرائها.

ويلاحظ أن عدداً قليلاً من العاملين في مجال الاتصال في معظم الدول النامية هم من المؤهلين تأهيلاً أكاديميا في مجال الاتصال الجماهيري وقد أجمعت كافة التقارير والدراسات والمؤتمرات والبحوث التي أجريت في مجال السياسات الاتصالية والتدريب في مجال الاتصال على النقص الواضح الذي يعاني منه معظم الدول النامية في القوى البشرية المدربة تدريباً كافيا، وعلى ضرورة التصدي لهذه المشكلة.

ب–حقوق المهنيين وضمانات حمايتهم

وتتمثل حقوقهم وضماناتهم في الضمانات الاقتصادية التي تتعلق بضمان مستوى معيشي لائق لهم وتنظيم حقوقهم المالية والوظيفية بما يمنع عنهم الظلم أو الغبن ، ضمانات تتعلق بممارسة المهنة وتتصل بالحقوق والمزايا والحصانات التي ينبغي توفيرها للمهني حتى يتمكن من أداء عمله بالشكل المناسب وحمايته من المخاطر أو الأضرار التي يتعرض لها أثناء ممارسة المهنة بما يتلاءم مع الطبيعة الخاصة لهذه المهنة .وينص الإعلان الخاص بوسائل إعلام الجماهير الذى اعتمده المؤتمر العام لليونسكو عام ١٩٧٨م – في هذا الصدد – على كفالة أفضل الظروف للصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام الذين يمارسون أنشطتهم في بلادهم أو خارجها

لممارسة مهنتهم وأبديت تحفظات حول هذه المسألة في ندوتين عقدتا في ستوكهولم (أبريل ١٩٧٨) وباريس (مايو ١٩٧٩) ترتكز على أساس أنه لا يجوز بالصحفيين أن يبحثوا عن امتيازات أو مزايا تتيح لهم وضعا فريدا كما أن هناك وجهة نظر بين العاملين في المهنة ذاتهم ترى ان مثل هذه التدابير التي قد تتخذ لحماية الصحفيين قد تستغل في الوقت نفسه كمبرر للتدخل في عملهم ومراقبتهم .

ج–التزامات المهنيين وواجباتهم

على المهنيين مقابل ما يتمتعون به من حقوق وضمانات الالتزام بمجموعة من المسئوليات والواجبات أثناء ممارستهم للمهنة بعضها خاصة بطبيعة المهنة وأسلوب أدائها، وبعضا يتعلق بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة وبعضها التزامات تفرض على المهنيين بحكم القانون ويعاقبون جنائيا في حالة مخالفتها. الى جانب المسئوليات التي يقبل الإعلاميون طواعية للالتزام بها لإحساسهم بمسئولياتهم الاجتماعية.

د–اخلاقيات ومعايير السلوك المهني

ويلاحظ أن أغلب المبادئ التي تتضمنها مواثيق الأخلاقيات تصاغ في عبارات غامضة أو مبهمة، وبالذات مبادئ الموضوعية والحيدة والصدق وحرية الإعلام، ورغم ذلك فأهمية مواثيق الأخلاقيات المهنية ترجع لكونها تعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والمعضلات التي يواجها اثناء عمله.

والمواثيق نوعان: إجبارية أو إلزامية، اختيارية

حماية الجمهور من أي استخدام غير مسئول للاتصال، حماية القائمين بالاتصال من أن من أن يتحولوا – بأي شكل من الشكال – لقوة لا تقدر مسئولياتها أو يتعرضون للإذلال أو لأي ضغط ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم والمحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين.

وهذه الزوايا الثلاث تشكل – بصفة عامة – فلسفة مواثيق أخلاقيات المهنة، وإن كانت بعض المواثيق تصاغ لتصبح أداة من أدوات الحكومة للرقابة على وسائل الإعلام.

هـ–النقابات والاتحادات والجمعيات المهنية

و–البعد الاجتماعي

ويتمثل في جانبين

أ–المبادئ الفكرية والاجتماعية التي تراعى في الرسائل الاتصالية، والتي تهدف هذه الرسائل لتحقيقها ويدخل في ذلك:

– ارتباط الرسائل بأهداف التنمية القومية الشاملة.

– تدعيم هذه الرسائل للهوية الوطنية.

– تعزيز الذاتية الثقافية وتدعيم الثقافات الوطنية دون إغلاق الأبواب أمام الثقافات الأخرى.

– السعي لغرس روح المبادرة والاعتماد على النفس وروح الابتكار والإبداع والتأكيد على بعض القيم مثل روح الجماعة والتعاون والمشاركة.

– إيجاد توازن بين الرسائل التي تهتم بالجوانب الثقافية والتعليمية وبين الرسائل التي تعنى بالترفيه والتسلية على ألا يقدم المضمون الترفيهي قيما تتعارض مع القيم التي تستهدفها التنمية.

– تأكيد المضمون لاحترام الحقوق الإنسانية الأساسية.

– وضع خطوط توجيهية خاصة بمضمون الإعلانات، وما قد تشجعه من قيم ومواقف، ق لا تتفق مع المعايير والممارسات القومية أو تتعارض مع سياسات التنمية الوطنية والجهود الساعية لحماية الهوية الثقافية أو تؤثر بشكل سيئ على الأطفال والشباب.

ب–القيود الاجتماعية أي العقبات الخاصة بالظروف الاجتماعية للمجتمع الذي تعمل فيه وسائل الاتصال الجماهيري وتؤثر عليها كذلك الأوضاع الاجتماعية المتعلقة بظروف عمل الوسائل نفسها ومن ذلك:

*الاحتكارات في مجال الاتصال سواء أكانت عامة أو خاصة أو دولية.

*عدم كفاية البنى الأساسية للاتصال.

*الاتجاهات والمحظورات الثقافية.

*تقديس السلطة دون مناقشة أو معارضة.

*تركيز السيطرة على أجهزة الاتصال الجماهيري في يد فئة تتحكم فيها وتتجاهل الفئات الأخرى وتواجه حقها في التعبير عن الرأي باللامبالاة. *قد يمارس المعلنون

سيطرة اقتصادية على وسائل الاتصال الجماهيري لاعتماد هذه الوسائل على الاعلان كمورد رئيسي لتمويلها. *تقاضى بعض الصحف أو وسائل الإعلام الأخرى إعانات سرية من الحكومة، وتكمن خطورة هذه الإعانات في سريتها مما قد يقابله تعمد بعض هذه الوسائل تضليل الرأي العام دون كشف حقيقة أمرها.

٦-بعد الجمهور

وهو عنصر مهم من عناصر عملية الاتصال ينبغي أن تهتم به السياسات الاتصالية، ولم تعد النظرة إليه كمجرد حشد أمرا مقبولا، وتغيرت أيضاً النظرة إليه كمجرد متلق سلبي وأصبح ينظر إليه كشريك إيجابي. من هذا المنطلق كانت الدعوة الملحة بألا يظل الاتصال حكرا على وسائل الإعلام أو المهنيين وحدهم ، ولعل هذه القضية تثير موضوعا مهما أكدت عليه كافة المؤتمرات والدراسات التي تناولت سياسات الاتصال وهو موضوع " ديمقراطية الاتصال " ، ونعنى بها أن يصبح الفرد شريكا ايجابيا فعالا في عملية الاتصال ، وليس مجرد هدف للاتصال ، وإن يتنوع مضمون الاتصال بما يتيح فرص الاختيار ويجعل الفرد قادرا على تكوين آرائه واتخاذ قراراته بناء على معلومات كافية ووجهات نظر متنوعة الى جانب تصحيح اتجاه الاتصال الرأسي للجميع بينه وبين الاتصال الأفقي ، وتعددت قنوات الاتصال ووسائله وأدواته وزيادة المشاركة الاجتماعية في إدارة وسائل الاتصال ، واتخاذ القرارات الخاصة بها كما وكيفما وتشجيع الجمهور على إبداء وجهات نظر نقدية فيما يقدم لهم من خلال هذه الوسائل .فضلا عن إتاحة حق المشاركة في الاتصال ووسائله لكل الناس دون قيود ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية ، وبهذه الطريقة تكتسب وسائل الاتصال شرعيتها بتعبيرها عن جماهيرها الحقيقة واستجابتها لاحتياجاتها .

ومن بين حقوق الجمهور الأخرى – إلى جانب ديمقراطية الاتصال – التي من المفترض أن تراعيها سياسة الاتصال: توفير الحماية للفرد ضد الإهانة والافتراء وتشويه السمعة، وحقهم في الرد والتصحيح على ما ينشر أو يذاع عنهم علنا ويلحق بهم ضررا وحماية حقهم في الخصوصية، وحماية حياتهم الخاصة.

والتوسع في بعض هذه الحقوق الخاصة مثل الحق في الحصول على المعلومات وإعطاء المعلومات والمشاركة في الاتصال تشكل عناصر لمفهوم جديد في الحق في الاتصال.

وينبغي أن تهتم سياسات الاتصال أيضا بوسائل قياس ردود فعل جمهور وسائل الاتصال تجاه ما تقدمه لهم الوسائل ومنها : الحوار المفتوح بين العاملين في الاتصال والجمهور ، فكرة نوادي والاستماع والمشاهدة الجماعية ، رسائل للمحرر وبريد المستمعين والمشاهدين ، هيئة المستمعين أو المشاهدين ، بارومتر الاستماع والمشاهدة ، الاعتماد على الملاحظة وإجراء الأحاديث والمسابقات ، قيبا اجهزة القياس التجارية بتطوير أساليب لتقدير القراء أو المستمعين أو المشاهدين لكل مادة إعلامية إلى جانب إجراء استفتاءات علمية واستقراءات منتظمة .

تدريبات الفصل الرابع

تحدث بالتفصيل عن:

ميثاق الشرف الاذاعي..

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

٢-حقوق المهنيين...

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

الفصل التاسع

(تمارين عملية)

اعداد النصوص وكتابتها

- المراحل التمهيدية في تنفيذ النص المكتوب
- السيناريو وعناصره
- مراحل كتابة البرنامج الإذاعي
- الفرق بين قواعد الكتابة الاذاعية والتليفزيونية
- الاعداد الإذاعي
- الاعداد التليفزيوني

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل يجب انا يكون الدراس قادر علي:

١-التطبيق العملي للسيناريو

٢-القدرة على كتابة السيناريو الاذاعي بأنواعه

٣-القدرة على كتابة السيناريو التليفزيوني بأنواعه

إعداد النصوص وكتابتها

أولا المراحل التمهيدية في تنفيذ النص المكتوب

ونعني بالمراحل التمهيدية:

أ-الخطوات التطبيقية لتنفيذ نص مكتوب صالح للتناول من خلال إمكانيات الوسيلة الفيلمية.

ب-إحكام السيطرة على خصوصية التعامل مع تلك الوسيلة المرئية المسموعة وأدواتها، والسيطرة على خصوصية التعامل مع تلك الوسيلة وكيفية المزج ما بين ادوات الفكر والخاصة بالإشارات السمعية وأدوات الفكر الخاصة بالإشارات البصرية أي بناء العمل الفيلمين.

ج-أن القالب او الشكل التقني للوسيلة يفرض على الكاتب منذ البداية تفكيرا وتخيلا يتفق مع امكانيات ومقومات الوسيلة فيصبح الشكل والمضمون الموضوع نفسه.

ويمكن القول ان الصياغة السينمائية او التليفزيونية هي عملية تشكيل مضمون له عناصر ومقومات هي ذاتها مقومات وعناصر المجتمع اي ان الكاتب يجب ان يطرح صياغة تساعد على كشف العلاقات والاحداث للمضمون الاجتماعي.

٢-الجوانب التحضيرية " وضع السينوبسيس"

أ-هي اهم جانب من جوانب الكتابة للتليفزيون وهي اول خطوة من خطأت التطبيق الفعلي في تنفيذ النص فيجب ان تنطلق من خلال وضع الفكرة على الورقة مختصرة

ب-تنفيذ هذه الفكرة سواء كانت مقتبسة من مقال في جريدة أو قصة من أدب قصصي او برنامج من تقرير او من كل هذه المصادر الهامة للمعلومات

ج–تنفيذ هذه الفكرة في صورة تقطيع دلالي على الورق بمعنى وضع وحدات تعبر عن كل وحدة دلالية عن مرحلة من مراحل الفكرة وتكتب على الورق من حيث ابعاد كل وحدة وعناصرها المكونة لها

د–يجب مراعاة التطور الحركي المبدئي لهذه المقاطع بمعني تقسيم الفكرة الى ثلاثة أقسام: البداية، الوسط، النهاية

كل قسم من هذه السام له مقاطعه الدلالية المعبرة تنطلق من مبدأ التطور الحركي او المنطقي، أي تسير في اتجاه منطقي نحو التطور.

ثم يضع الشكل المتكامل لهذه العملية وتسمى وضع ملامح التطور الحركي المبدئي او " السينوبسيس

مثال يوضح كيفية كتابة السينوبسين:

فلا نكتفي في التصوير الحركي بالقول مثلا: أحب احمد زينب منذ ان كان طالبا في كلية التجارة .... كما بادلته زينب نفس الحب الصادق وتعاهدا على الزواج فو تخرجهما من الجامعة ولكن وأثناء سنوات الدراسة يتقدم شاب اخر لمغازلة الفتاه ولإخلافه وحسن سيرته ووضعه الاجتماعي وافقت الاسرة على رواجهما واقترنا بالفعل رغم اعتراض الفتاه ...

وعاشت زينب حياة هادئة نسبيا أثبتت فيها حسن أخلاقها ونبل مواقفها .... الى ان ظهر الحبيب الأول في حياتها الذي لم يقبل المر الواقع وأخذ يلاحق الفتاة في عناد واصرار وأخذ يختلق المواقف العديدة تلك المواقف وضعت زينب محل اختبار عملي لقدرتها للتصدي لهذا الفتى الطائش أو قد تفجر تلك الحداث مواقف أخرى تزيد من تعقيد الموقف وتنتهي تلك القصة بنهاية سعيدة او تعيسة.

للآن لا يمكن أن نقول ان أن هذه القصة حدث درامي يصلح منطلقا لنص فيلمي متكامل ولكن يمكن القول ان هذه القصة سرد لفكرة حدث فيصبح فيما بعد حدثا دراميا فيلميا من خلال إعادة صياغة هذه الفكرة في صورة مواقف حركية تقدم الحداث في صورة أقرب الى الحياة والواقع.

وهذه الفكرة المكتوبة يمكن وضعها في صورة تصور مبدئي او سينوبسيس ومرتبة ترتيبا منطقيا من خلال أفعال وسلوك لتقدم دلالات ومعاني فهي تجسيد للمعاني والأفكار وتقديمها في صورة مقاطع متتالية تعكس افعالا ويمكن تقديمها كما في المثال التالي: –

١–على مدخل الجامعة أحمد ينتظر زينب في لهفة واضحة ينظر يمينا وشمالا وهو قلق

٢–وفى تلك الأثناء زينب تقف أمام مرأتها تنظر الى وجهها....

٣–تدخل أم زينب وتلاحظ على ابتها الحيرة والتعب

ويمكن صياغة العديد من المقاطع التي تفصح عن المواقف الحركية لأساسية والثانوية وزمن حدوثها وحتى يكون السنوبسيس ناجحا من الناحية الشكلية يجب ايضاح عنصر الصراع وقطبية وزمانه.

ثانيا: السيناريو وعناصره

١–عناصر السيناريو

أ–تقسم الصفحة لكتابة السيناريو الى قسمين الأول يخصص للمشاهد المرئية والثاني للحوار المسموع ويتكون السيناريو من مجموعة من المواقف تعبر عن المشاهد المتتالية

ب–وأهم ما يميز السيناريو او النص النهائي هو تقديم كل موقف في صورة حركية متتالية لتجسد فكرة في كل موقف

ج–يحتوي النص المكتوب على فكرة محددة او حدث لمعالجة موقف اجتماعي انساني او يعالج ظاهرة او قضية محددة ويستعان بالسنوسي الذي اعد من قبل

د–يجب ان يحتوي على بداية ووسط ونهاية والتي قام الكاتب بالتفكير فيها وتحديدها من خلال وصفه للسين وبسين والمواقف الحركية التي قام بتحديدها

هـ–يطور الكاتب من تلك المواقف الحركية المركزة في السينوبسيس الى وضع مشاهد حركية متعددة ومترابطة تعبر عن ثنائية الصورة والكلمة.

٢–يجب ان يحتوي السيناريو على حدث:

أ–أي أن الكاتب يقدم الحدث او الفكرة من خلال وصفة للأحداث والمشاعر عن طريق الفعال

ب–فالأفعال تنطلق من المعاني المختلفة

مثال فلا يكفي أن أحمد غضب من محمد ولكن نكتب ونظر أحمد الى محمد نظرة ازدراء وغضب من محمد او ان نكتب احمد صاح في محمد قائلا ما هذا؟

ح–الحدث الجيد هو هذا المضمون الذي يترك أثرا أي ان المضمون يجب ان يترك قيمة مضافة لها تأثير تلك القيمة المضافة هي دلالة العمل المؤثر وهي تنطلق من رؤية اجتماعية.

د–السيناريو هو الذي يعكس هذه القيمة المضافة في صورة مشاهد تنطلق غالبا من أفعال وأقوال ايضا فهو يضم هذه العناصر والخصائص في إطار رحب يتسع لإمكانيات التعبير السمعي وإمكانيات التعبير البصري او امكانيات الحوار والموسيقي والايقاع والأصوات وما يحمله كل ذلك من معاني تعكس نبض المجتمع وتحمل العادات والتقاليد والزمن والدلالات المختلفة

هـ-الحوار والموسيقي والايقاع والأصوات ليست مجرد اشارات مؤثرة ولكنها أدوات تحكي وتفسر التاريخ بكل ما يحمله المجتمع من عادات مختلفة وفكر.

ولنقدم مشهد من مشاهد مسلسل اسامة انور عكاشة "ليالي الحلمية" وفية يقدم زهرة وعلى في زمن الطموح والحب والآمال والأحلام قبل ان تتحطم وسط ريا الهزيمة والضياع وتجرف معها هذا الحب الصادق. ولقد أظهر أسامة انور عكاشة من خلال الحوار طبيعة المكان والزمان وجسد عناصر الصراع المتعدد والمتعاقبة، كما جسد طبيعة وجوهر شخصية كل منها كشخصيات ايجابية في هذا الجزء من المسلسل

ممر في الكلية

زهرة تدخل من عمق الممر تسير بسرعة في خطوات غاضبة

على: طيب على مهلك ...نقف نتكلم شوية .... نتفاهم

زهرة: نتفاهم على ايه؟ بصراحة والله اللي عمله باباك دا محدش فى الدنيا يقدر يفهمه يعترض طريقها

على: ماهو لازم تقفي وتسمعني

سليم وكأنه بيطلع له لسانة وبيقول له بالعند فيك محاولا استرضاءها

على : مايقصدش المعني دة يا زهرة............ صديقنى

بإصرار .... وحدة

زهرة: لا يقصده وبعدين باباك ده راجل مهرج

على: طيب يا زهرة

-بلهجة اتهام

زهرة: واللي عمله ده مش عيب كنت أحب أنك تكون موضوعي شوية وانت الا تلومه مش انا

الشروط العشرة لكتابة الحوار الناجح في السيناريو

بالرغم من التأكيد على بديهية ان السيناريو هو بالأساس فن الكتابة بالصور ..وان على الكاتب المبتدئ خاصة ان يتعلم بشكل جيد كيف يكتب بالصورة مستغنيا الى حد كبير عن الحوار قدر المستطاع الا ان الحوار يبقى في كل الأحوال عنصرا ثانيا مهما يتوجب حسن استخدامه بالشكل الذي يعزز قوة الصورة وليس العكس.

ان الوقوع في فخ الحوار الضعيف او الاتكاء على ما ستقوله الشخصية لا مستفعلة سيؤدي الى اضعاف السيناريو الى حد كبير وفي بعض الأحيان نجد انفسنا مع شكل من اشكال السيناريو هو اقرب الى الحوار الإذاعي والتمثيلية الإذاعية منه الى السيناريو.

يجب التفكير في كل الأحوال اولا وقبل كل شيء بالصورة ، بقوة الصورة ، بجمالياتها ، بجعل الصورة هي الأداة او الوسيلة المباشرة للتعبير عن الشخصية ولنأتي الى الشروط العشرة الأساسية للسيناريو الناجح التي تفق عليها عموم الدارسين ومن ابرزهم ديفيد هوارد في كتابه ادوات كتابة السيناريو

اولا : يجب ان يعبر الحوار عن الشخصية صاحبة الحديث ويحدد من هي

ثانيا : يجب ان يتميز الحوار بمفردات منتقاة تمنح خصوصية للمتكلم وترتبط كلها بأسلوب السيناريو

ثالثا: يجب ان يعكس الحوار الجو العام للشخصية ومعبرا عن مشاعرها وان يفتح نافذة على حياتها الداخلية

رابعا: يجب ان يكشف الحوار عن دوافع الشخصية او اية محاولات للشخصية لا خفاء دوافعها

خامسا: يجب ان يعكس الحوار علاقة المتكلم مع الشخصيات الأخرى

سادسا: يجب ان يكون الحوار ذا ارتباط بما تكامل من حوارات او افعال سابقة ليفتح افقا لحوارات وافعال جديدة

سابعا: يجب ان يسهم الحوار في تطوير الفعل الذي تقوم به الشخصية او الشخصيات

ثامنا: يجب ان يحتوي الحوار على معلومات او مواقف محددة في بعض الأحيان

تاسعا: يجب ان يوحي الحوار بما هو قادم من تطورات في الأفعال والأحداث

عاشرا: يجب ان يكون الحوار عمليا وواضحا

مراحل كتابة البرنامج الإذاعي

عند الشروع بكتابة أي برنامج إذاعي لابد من المرور بمراحل حتى نصل إلى كتابة الحلقة للجمهور، مع ضرورة اعتماد الترتيب وعدم تقديم خطوة على أخرى. هذه الخطوات أو المراحل يمكن إيجازها في الآتي:

الفكرة:

الفكرة هي الأساس الذي ترتكز عليه بقية المراحل وتأخذ منه مادتها. فهي تجيب عن السؤال العام (ماذا أريد؟) وهي مأخوذة من الفعل (يفكر) أي أنها أول ترجمة – على الورق – لما يدور في ذهن الكاتب. في الفكرة يقوم الكاتب بالتعريف بالبرنامج بحيث لا تقل مادتها عن خمسة أسطر كحد أدنى، ولا تزيد عن نصف صفحة كحد أقصى.

الأهداف المرجوة من البرنامج:

ما الذي أريد أن أصل إليه من نتائج بعد إنتاج البرنامج وبثه للجمهور.

الجمهور واحتياجاته:

- معرفة من هو الجمهور الذي أريد أن يستمع إلى رسالتي الإذاعية ويشارك في صياغتها أيضا. فلم يعد الجمهور ذلك الوعاء المتلقي لكل ما يصله من الإعلام ووسائله، بل أصبح اليوم شريكا في الرسالة ويجب التعامل معه على هذا الأساس. عند تحديد الجمهور لا بد من معرفة احتياجاته سواء الإعلامية أو الاجتماعية أو غيرها، وكذلك معرفة ثقافته فهذا سيوضح اللغة التي سأخاطبه بها والمفردات التي ستكون مفهومة ومقبولة لديه.
- **مدة البرنامج:**
- تحديد مدة الحلقة الواحدة. وإذا كان ممكنا تحديد عدد الحلقات فهذا أفضل.
- **شكل البرنامج:**

- هل سيكون البرنامج في الاستوديو أو في الميدان؟ هل سيقدمه مذيع بمفرده أم أن فيه مقابلات؟ هل هو فقرة واحدة أو عدة فقرات؟ ما الذي بين الفقرات: موسيقى أم غناء أم فلاشات؟ وهكذا.
- **نوعية البرنامج:**
- هل هو سياسي – اجتماعي – اقتصادي – سياحي – رياضي – وهكذا.
- **القوالب المستخدمة:**
- السرد – اللقاء – الندوة – الاستطلاع – التحقيق – التحليل – الدراما. بالإمكان استخدام أكثر من قالب في الحلقة الواحدة والبرنامج الواحد.
- **المراجع:**
- يمكن للمعد الرجوع إلى الكتب أو الدراسات أو الأبحاث التي يعتقد أنها ستفيده في برنامجه وتغني مادته، وعليه أن يوضحها في التصور.
- **تحديد موعد البث:**
- في الغالب تكون هذه من اختصاصات لجنة التخطيط أو إدارة التنسيق وليس المعد، ولكن لا بأس أن يقدم المعد مقترحا إذا كان على دراية بخصائص الجمهور والأوقات المناسبة لهم للاستماع إلى الإذاعة.

هذه هي المراحل الأساسية التي يجب أن يمر بها المعد ويعتمد عليها في كتابة نص البرنامج الإذاعي، وهي خطة واحدة لجميع حلقات البرنامج الواحد.

- **النص الأدبي** (الأولي): في الإذاعة يسمى (نص) وفي التلفزيون (سيناريو). في هذه المرحلة يبدأ المعد بكتابة الحلقة أو المادة التي سيستمع إليها الجمهور من خلال الإذاعة. إذا كانت هناك أصوات أخرى غير المذيع والمذيعة عليه

تحديد أماكنها ومدة كل منها. أما بالنسبة لبرامج اللقاء والندوة التي تعتمد – في الغالب – على حديث الضيوف فعلى المعد كتابة التي سيدور حولها الحوار في الحلقة. عند كتابة الحلقة يجب مراعاة الآتي:

- اعتماد اللغة أو اللهجة المقبولة والمناسبة للمستمع بحسب ثقافة الجمهور الموضح في التصور.
- الابتعاد عن الألفاظ والمفردات والمصطلحات غير المفهومة لدى الجمهور وتلك التي قد تكون مستفزة لهم.
- اعتماد الكتابة المختزلة التي توصل المعنى كاملا بأقل الكلمات.
- استخدام الجمل القصيرة والابتعاد – قدر الإمكان عن الجمل الطويلة.
- التقليل من استخدام الجمل الاعتراضية.
- تحاشي الأخطاء الإملائية، والنحوية عند الكتابة باللغة الفصحى

بعد هذا تأتي مهمة المخرج والمتمثلة في كتابة النص التنفيذي واختيار أصوات المذيعين والمؤثرات الصوتية والموسيقية وتحديد مواعيد التسجيل... إلخ. ولا بأس أن يشارك المعد في الرأي إذا كان لديه ما يفيد.

كتابة الاسكريبت الاذاعي

ينبغي أن يلم الكاتب الاذاعي قبل كتابة الاسكريبت الاذاعي بالعناصر الاساسية التى تكون البرنامج

الاذاعي وتشمل:

- تتر البرنامج
-مقدمة البرنامج
-الموضوع الرئيسي
-خاتمة البرنامج
- الفقرات الموسيقية والاغاني التي تتخلل البرنامج
-اللقطات الصوتية والحوارات التي يستعان بها في البرنامج
- المؤثرات الصوتية إن كانت هناك حاجة اليها
-وثائق تاريخية ان كانت هناك حاجة اليها
- تسجيلات سابقة (ان كان البرنامج في حاجة اليها
-الصوت البشرى لمقدمي النص الإذاعي

الفرق بين قواعد كتابة الخبر الإذاعي و التلفزيوني:

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي و الخبر التلفزيوني ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن و استطاعت أن تؤسس تقاليدها و ممارساتها الصحفية و تطور لها أسلوبا مميزا عن أسلوب الجريدة ... و حين ظهر التلفزيون أفاد كثيرا من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن ... و هنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيرا على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة و مكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية و إبراز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:

.1-الجمل قصيرة وبسيطة

.2-يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن

.3-عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة

.4-في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لابد أن تكون سهلة النطق

.5-استخدام أقل ما يمكن من الضمائر

.6-حداثة الخبر الإذاعي

.7-في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الاسم

.8-لا تبدأ الجملة بمقتبس في الأخبار الإذاعية ولا يترك اسم المصدر في نهاية المقتبس

.9-لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام

.10-استخدام المبني للمعلوم

.11-الحذر من تغطية أخبار الجريمة

أما الخبر التلفزيوني:

فشأنه شأن خبر الراديو لم يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أي نقطة أخرى بل إنه وحدة متماسكة و بناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة و متن و خاتمة و إذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماما مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة ... ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته و لكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافيا و هذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين ... و هذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين و ليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع.

و من هم النقاط الأساسية التي لابد أن يقف و يتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي :

1. -الإيجاز
2. -خلفية الخبر
3. -التعبير المجازي
4. -لباقة الحديث
5. -التطابق بين الصورة والكلمة 6. -أكثر الكلمات للمذيع وأقلها للصورة
7. -مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر
8. -الإفادة من الصوت الطبيعي
9. -توافق النص مع منطق الصورة

يكتسب الإعداد الإذاعي والتلفزيوني أهمية خاصة باعتباره اللبنة الأولى التي يبدأ منها البناء القاعدي للمادة المسموعة أو المرئية وباعتباره الشكل الأساسي لتلك المادة والتي تتبني عليها فيما بعد كل التصورات والخاصة بخروج المادة الإذاعية أو التلفزيونية للنور فأي عمل يبدأ عادة بمعد البرنامج والذي يجب أن تتوافر فيه مجموعة من الصفات التي تميزه عن غيره من زملاء المهنة اللذين يتكاملون لإخراج العمل بشكله النهائي أمام المستمع أو المشاهد. فالمادة الإذاعية أو التلفزيونية هي دائما نتاج عمل تتكامل فيه الجهود الإبداعية لفريق عمل من المعدين والفنيين والمخرجين شأنه شأن التشييد العقاري ففي عالم العقار مثلا يكتمل البناء بجهود فريق تتعدد فيه التخصصات من استشاري ورسام خرائط وبناء وفنيو مصانع الأسمنت والطوب وبناء وصباغ ونجار وفني ديكور وكهربائي وحداد وعمال وسائقين و..... الخ من مختلف التخصصات التي تتكامل لإخراج المبنى بصورته النهائية التي تمكن من استخدامه لمختلف الأغراض التجارية والسكنية والصناعية والزراعية وغيرها من أوجه الاستعمال. وهو كالزراعة التي تحتاج جهود فنيي الحفريات والأسمدة والزراعيين وفنيو السقاية والعمال وما إلى ذلك من التخصصات. والمادة الإذاعية والتلفزيونية شأنها شأن أي عمل حياتي لا تكتمل إلا بتضافر جهود جماعية كل في تخصصه فمثلا المادة الإذاعية في الغالب تحتاج إلى . معد / مهندس صوت . مذيع . مخرج . منسق . مهندس بث . طابع . مدقق لغوي . لجنة رقابة . فني مونتاج إذاعي . وتحتاج المادة التلفزيونية في الغالب إلى . معد أو كاتب سيناريو . طابع – مصور مونتير . مخرج . مهندس إضاءة . مهندس صوت . ماكيير . مدير إنتاج . سائق . مساعد مصور . مساعد مخرج . مخرج منفذ . مساعدو إضاءة وصوت . فني جرا فيك . لجنة رقابة . موظف بدالة . منفذ هواء . مؤلف موسيقى . فني بث . مهندس وعمال ديكور –

ماكيير – كوافير– متابع نص – هذه بعض ملامح الفريق الذي يحتاجه العمل الإذاعي والتلفزيوني والأعداد تزيد وفقا لنوع البرنامج وتقل بقدر الرسم الإنتاجي بما يعني أن الدقائق المعينة التي يستمتع بها المشاهد بالضغط على الريموت أو المستمع بالضغط على مفتاح تشغيل موجة الراديو تكون دائما نتيجة عمل جماعي كبير تبذل فيه جهودا غير عادية لإيصاله بالحالة التي يستقبلها المشاهد أو المستمع.

الإعداد دائما هو الرقم الأساسي التي لا يمكن الاستغناء عنه ولا البداية بغيره في أي عمل إذاعي أو تلفزيوني، وحتى في آلية الإنتاج المقلوب التي ينتهجها بعض المخرجين أحيانا بتصوير مادة معينة قبل اللجوء لمعد أو كاتب سيناريو لوضع تلك الصورة في قالب تلفزيوني معين تجعل الصورة خرساء بلهاء حتى يتم وضع السيناريو أو المادة الإعدادية المصاحبة لها بواسطة المعد أو كاتب السيناريو وهي ما تعرف اصطلاحا بالتفصيل أو الترقيع لأن المعد أو كاتب السيناريو في حينها يبقى كالخياط الذي يقوم بالتفصيل حسب الطلب وللمادة التفصيلية عيوبها التي سنتعرض لها في باب آخر من هذا الكتاب .

والآن ومع انتشار الفضائيات واختراق التلفزيون كل الأمكنة المأهولة واكتساب الإذاعة أهمية أكبر بانتشار السيارات في كل مكان وقضاء البعض معظم أوقاتهم بالسيارة وما يفترضه هذا التقدم والتطور في وسائل المشاهدة والاستماع من برامج متواصلة تغطي البث الدائم الذي لا يعرف الانقطاع في تلك الأجهزة زادت أهمية وجود الكادر المعد الذي تبدأ بجهوده آلية ملء المساحات الزمنية المطلوبة وزادت الضغوط على المعدين وكتاب السيناريو باستدعاء الأفكار الجديدة غير المستنسخة أو المكررة أو المتشابهة وتلقائيا زادت الأعباء على العقل الإعدادي.

من هو المعد وكاتب السيناريو .

بغض النظر عن لصقاء المهنة فإن المعد الإذاعي والتلفزيوني وكاتب السيناريو هو شخصية يجب أن تتوافر فيها مجموعة من العوامل الصعبة التي تمكنه من امتلاك الأدوات والسيطرة عليها وتوظيفها التوظيف السليم... فالطبيب على سبيل المثال مطلوب منه المعرفة في مجال الطب وفي معظم الأحيان في مجال تخصصه فقط كالنساء والولادة أو الجلدية أو الأطفال أو الباطنية وغيرها من التخصصات والمهندس مطلوب منه إتقان تخصص معين مدني أو كهربائي أو طرق أو مجاري أو تقني أو غيره من التخصصات الهندسية والمحامي مطلوب منه معرفة القانون وإتقان آلية الاستفادة منه في مذكراته ومرافعاته وعقوده وحتى المعلم الذي يوكل له إعداد الأجيال مطلوب منه المعرفة في تخصص واحد والتركيز فيه المعد التلفزيوني يجب أن تتوفر فيه معرفة كل شيء والإلمام بكل شيء والثقافة في كل شيء فهو المهندس حينما يعد برنامجا يختص بالهندسة والطبيب حينما يعد برنامجا يختص بالطب والمعلم حينما يعد برنامجا يختص بالتعليم والعامل حينما يعد برنامجا يختص بالعمال لأن المشاهد للتلفزيون والمستمع للإذاعة جمهور يحمل مختلف التخصصات والثقافات والأذواق. ومن أهم الصفات التي يجب توفرها في المعد الموهبة وسعة الخيال وبغيرهما يستحيل على أي إنسان كان أن يكون معدا ويصنف المعدون وكتاب السيناريو حسب درجة الموهبة والخيال التي يمتلكها الفرد وهما العاملان الأساسيان اللذان يحددان إن كان المعد جيدا أم لا وبدرجتهما تتحدد درجة جودة المعد أما الأكاديمية والممارسة فليس سوى عاملان يصقلان الموهبة والخيال ويوجهانهما باتجاه القواعد السليمة للإعداد. ويفترض في المعد تحري المعلومة الصادقة التي لأتقبل الخطأ لأن المشاهد والمستمع يثق فيما يتلقاه من جهازي الإذاعة والتلفزيون لذلك يجب أن تتوفر في المعد المعرفة

التامة بسبل تأكيد المعلومة لأن الخطأ الصغير قد يكون قاتلا وقد يفقد المؤسسة التي يعمل بها مصداقيتها لدى المشاهد وبالتالي احترامه لها ومشاهدتها أو الاستماع إليها في وقت يشتعل فيه التنافس بين المؤسسات الإعلامية على جمهور واحد ينطق لغة واحدة في معظم الأحيان ولأن معظم المؤسسات الإعلامية في هذا العصر تعتمد على المعلن الذي يؤمن بمقياس المشاهدة والصدق يبقى للمعلومة الخاطئة ثمنها الفادح.

ومن الشروط الأساسية التي يجب أن تتوفر في شخصية المعد المقدرة على ابتكار الأفكار الجديدة الجيدة فالأفكار المتكررة أو المستنسخة أو المتشابهة قد تقود المشاهد للملل وعدم متابعة المادة خاصة وأنه يملك خيارات عديدة ويملك سهولة التنقل بينها عبر جهاز الريموت كنترول وهو يعيش وضعا تنافسيا صعبا فمئات وربما آلاف المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية الناطقة بلغة واحدة تعمل يوميا على مدار الساعة بما يعني أن كل فكرة قد تكون مطروقة مما يضطره في معظم الأحيان لاستبعاد مئات الأفكار قبل الاستقرار على فكرة معينة .

ومن أهم ما يميز المعد تلك الحاسة الخفية بما يحسه المجتمع وما يريده المجتمع وما يجمع مختلف أمزجته ويكون ذلك ليس باختيار المادة فحسب وإنما أيضا بالمهارة في استخدام الأدوات وتوظيفها بما يثير اهتمام المشاهد أو المستمع وفي بعض البرامج بما يستفزه إيجابا ويرغمه على المشاركة طائعا خاصة في البرامج التي تعتمد المباشرة والمشاركة الجماهيرية أو التي تعتمد الرسائل النصية القصيرة في بنائها.

المتابعة والقراءة من الشروط التي يجب أن تحملها شخصية المعد فمتابعة الجديد من الاكتشافات العلمية والتكنولوجية والجديد في عالم الثقافة والطب والهندسة وكل مناحي الحياة إضافة للفعاليات الاجتماعية المختلفة ومتابعة الأحداث الحياتية والأنشطة الاجتماعية وكل جديد يطرأ إضافة لمتابعة البرامج التلفزيونية لزملائه المعدين تكسبه

البعد التفكيري في الإتيان بالجديد فمدرب كرة القدم مثلا لو لم يتابع القوانين الجديدة التي يسنها الاتحاد ولم يتابع مباريات منافسيه ويقف على ما وصلوا إليه من قوة التدريب ومكامن ضعفهم وقوتهم لن يتمكن من وضع الخطط التي تؤهله للفوز بأية مباراة أو على الأقل تحقيق نتائج طيبة للفريق .

ومن المهم في شخصية المعد قراءته الصحيحة لمزاج المجتمع والقضايا الأساسية التي تحظى باهتمامه وامتلاكه المهارة الفائقة في معرفة الشريحة التي يريد مخاطبتها فالطبيب يشخص حالة مريضه قبل كتابة الوصفة الدوائية وبنتيجة الفحص والتشخيص الدقيق يعرف نوع الدواء الفعال ومقدار الجرعة وأوقاتها ومضاعفاتها وكيفية الحد من تأثيرات تلك المضاعفات كذلك المعد الجيد يجب أن يحتك بكافة طبقات المجتمع ويتلمس همومها ويحس بإحساسها ليضع الوصفة الإعدادية السليمة لبرنامجه أو مادته قبل كتابتها. وعلى المعد أيضا أن يكون واعيا بسياسة القناة ومدركا لتوجهاتها شأنه شأن خطيب المسجد الذي يعرف خط خطبته والمفردات التي يستعملها والآيات التي يدعم بها موقفه والتوجيه الذي يعطيه لمستمعيه والخطوط الحمراء التي عليه تجنبها ويدرك كيفية الخروج عن خط الملل في حال جمود المادة المتناولة والأسلوب الذي ينتهجه في شد انتباه المتلقين. ومن الصفات الضرورية لشخصية المعد معرفته بنوعية المراجع التي تتطلبها كل مادة مطروحة وكيفية الحصول على تلك المراجع وأيضا إلمامه باستخدام الانترنت كوسيلة تسهل أمامه آلية الحصول على الكثير من المعلومات وعدم اعتماده التام على المعلومة التي يتلقاها من الانترنت إلا بعد تأكيدها من مختص موثوق إضافة لمعرفته التامة بقانون النشر والمطبوعات وحقوق الملكية الفكرية وكافة القوانين التي تجنبه والمؤسسة التي ينتمي إليها أو يعمل لها مشاكل محتملة

ومن أهم مقومات المعد امتلاكه قائمة العناوين الخاصة به فهو يحتاج مجموعة هائلة في مختلف التخصصات ويستضيف مجموعات كبيرة في برامج متفرقة كضيوف أو حتى يستعين بهم كمؤكدين لمعلومات في مجال تخصصهم أو كمصدر موثوق لمعلوماته شأنه في ذلك شأن موظف العلاقات العامة الذي يملك مجموعة من العلاقات والعناوين التي تختصر أمامه الجهد والوقت وتمنحه السهولة في تنفيذ عمله ومن أهم مقومات المعد امتلاكه الحاسة الخاصة التي تمثل النظرة البعيدة في الطرح والمفردات والجمل.... فعلى سبيل المثال أراد أحد المعدين أن يعد تقريرا قصيرا عن مصورا فوتوغرافيا أفنى عمره في التصوير والتوثيق.... وعند ذهابه إليه أجرى معه المقابلة المعهودة وشفع الموضوع بعدد من الصور ثم عرج لغرفة تكومت بها مجموعة كبيرة من الصور تناثرت هنا وهناك حتى ضاقت بها الغرفة .... قد يكون هدف المعد هو تعريف المشاهد بالكم الهائل الذي التقطته عدسة المصور حتى ضاقت به جدران الغرفة غير أن النتيجة قد تكون سلبية حينما يرى المشاهد كومات الصور التي وضعت بإهمال وبطريقة غير مرتبة ويكون انطباعه سلبيا عن المصور المهمل الذي أفنى عمره في التقاط الصور ولكنه لم يكلف نفسه عناء تنظيمها وترتيبها احتراما للشخوص والأمكنة التي تحملها تلك الصور ... ومثال آخر لهذه الحاسة أن يحاول المعد في برنامج وطني تصوير التقدم على أن الوطن كان بائسا فقيرا يعاني الإهمال والتخطيط والسليم حتى جاء النظام الحالي فامتلك عصا موسى التي جعلت وجه الوطن الأشبه بوجه قرد يتحول لجمال أشبه بجمال وجه سيدنا يوسف عليه السلام في كل مناحي الحياة ... فيتلقى المتلقي المعلومة بغضب لأن المعد لغى ما قدمه السابقون من جهود وخطوات تدرجت عبر من عقوهم حتى الوصول لحالة اليوم .

مثل هذه الخطورة في عدم امتلاك الحاسة التوازنية للمعد غالبا ما تتضح جلية في

البرامج الوثائقية والتوثيقية التي يقع بعض المعدين فيها تحت تأثير إرضاءات تنسيهم تلك الحاسة أو تلغيها وتجعلهم ينظرون لنصف الكوب فقط .... وهذه الحاسة تبين أيضا في استخدام الأمثال الشعوبية فمثلا في السودان وبعض الدول العربية يستخدمون المثل . ولد الفار يطلع حفار . وفي مصر وبعض الدول العربية يستخدمون ذات المعنى ويقولون . ابن الوز يطلع عوام . فلو استخدمت المثل السوداني في الخليج على سبيل المثال قد لا يفهم منه تشبيه الأب بالابن في خصاله الحميدة ويقولون كيف تصف الأب بالفأر ؟؟؟

الحاسة الاستباقية هي التي تقود المعد لانتقاء عباراته وانتقاء مادة وطريقة الطرح من خلال فهمه العميق لما تتقبله أو ترفضه الشريحة المستهدفة وتقوده الحاسة أيضا للتفكير في أبعاد كل كلمة يكتبها وكل مادة يعدها والتفكير في إسقاطاتها وتفسيراتها المحتملة والمعد الجيد هو من يبعد عن العبارات الاحتمالية فمثلا عبارة . عكس ثقافة المجتمع . من الأفضل أن تستخدم بديلا عنها عبارة . إبراز ثقافة المجتمع . لأن كلمة عكس على سبيل المثال رغم صحة وشيوع استخدامها تحتمل أكثر من معنى وقد يكون معناها الآخر مناقضا تماما للمعنى المراد بها.

ومن الصفات الهامة في شخصية المعد أن يكون عنوانا لما يكتبه ويؤمن بما يطرحه فبعض المعدين يعدون ما لا يؤمنون به ويكتبون على غير قناعاتهم فمثلا طلبت أحدى المؤسسات التلفزيونية من معدها أن يكتب ردا على قناة أخرى تحدثت عن سوق يقع في منطقة نفوذها بأنه كان في الماضي ملتقى لأصحاب الأرض وكان تاريخيا كأنه سوق عكاظ يجمع الناس ويتبادلون الشعر والبضائع فيه تحت ظل شجرة كبيرة ولكنه الآن ومع تقدم العمران وتقدم أسباب الحياة تمكنت منه الحداثة وانطفأ بريقه فأصبحت شجرته الكبيرة منطقة لقاء للعمال والطبقات الدنيا من المجتمع وما عاد

يحمل ذلك البريق الذي كان عليه في الماضي ... وردا على هذا التقرير طلبت إدارة الجهاز المعني من أحد المعدين كتابة تقرير مناقض يثبت فيه أن السوق بشجرته الوارفة مازال يحتفظ بأصالته ورونقه فما كان من المعد إلا أن قام باستئجار عدد من الكومبارس لتصويرهم في ذلك الموقع وكتابة تقرير مناقض وهو يعلم تمام العمل أن لا أساس لصحة التقرير فكيف له بإقناع مشاهد بمادة لم يقتنع معدها بها .... إنها تبقى كتلك الأحداث التي سبقت سقوط النظام العراقي حينما كان وزير الإعلام يقول بأن بغداد صامدة وعلى خلفية الصورة تبين الدبابات الأمريكية متقدمة .

المصداقية إذا مهمة جدا للمعد وهي بالتالي تعني مصداقية المؤسسة التي يعمل بها وهي أيضا تحدد ملامح العلاقة بين المشاهد وبين ما يكتبه مستقبلا. وتلخيصا لما ورد بإمكاننا تعريف المعد بخبير النبض الاجتماعي في كل صنوفه وتخصصاته وهو المعلم والمربي ومصدر المعلومة الصحيحة والرقيب على مصالح المجتمع الذاتية والغيرية ومعد الأجيال والمصلح الاجتماعي والنفسي والقيمي والمرآة الحقيقية للمجتمع وبالتأكيد تكون للممثل أو المذيع أو حتى الوجه الاعلامي في المجتمع شهرة كبيرة لأن الناس يرونه ويعرفون ملامحه ولكن وراء كل هؤلاء بناء ماهر وصانع لما اكتسبوه من شهرة هو المعد وكاتب السيناريو .. ولولا الكتاب والمعدين ما عرفنا نجوما سينمائيين أو تلفزيونيين أو إذاعيين ولما وجد الكثيرون ما وجدوه من شهرة فالمعد هو أول وأكثر من يعطي وآخر وأقل من يشتهر أو يستفيد **مما تقدم نخلص إلى أن المعد شخصية يجب أن تتوفر فيها عدد من الصفات** منها

الموهبة–:

وهي الأساس المتين الذي يتم صقله باكتساب المادة المعرفية الأكاديمية التي تقود لمعرف التكنيكيات والخفايا .

الإدارة –:

كل معد هو إداري جيد لأنه يدير المادة البرامجية ويملك القدرة على إدارة الأفكار وترتيبها وإدارة عقول المشاهدين نحو القيم الإنسانية الصادقة

التنظيم –:

أن يملك القدرة على تنظيم أفكاره وحبكها الحبكة المناسبة ونظمها عقدا يسهل على عقول المشاهدين هضمه كمادة برامجية

الرسالة –:

أن يحدد خارطة طريقه في الحياة ويسخر قلمه لرسالة معينة يبرع في استخدام أدواته لتوصيلها

التحدي –:

أن يملك الجرأة وروح التحدي والقدرة التي ترى الخطأ فتسميه خطأ والصواب وتسميه صواب وأن يكون هدفه من الإعداد إرضاء قناعاته لا قناعات غيره

الإدراك –:

ويعني المعرفة التامة بسياسة المؤسسة التي يعمل لديها والايمان بأهدافها.

المبادأة –:

لا يجب على أي معد في الدنيا أن يعمل بعقل الموظف الذي ينتظر التوجيهات ليعمل ولا أن يعمل فقط من أجل الوظيفة ولو على حساب رسالته بل يجب عليه أن يحب مهنته في البداية وأن يبادر بطرح الأفكار التي تختصر الطريق نحو تلك الرسالة التي أسلفنا توافقها مع سياسة الجهاز او المؤسسة التي ينتمي إليها

التطوير –:

أن يملك المقدرة على تطوير نفسه وأدواته

المتابعة–:

أن يكون قادرا على متابعة المستجدات العلمية والثقافية الحديثة المختلفة

الثقافة–:

أن يكون شغفا الثقافة العامة والقراءة والاطلاع والمعرفة

القدوة –:

يجب عليه الحرص على أن يكون قدوة للآخرين ففاقد الشيء لا يعطيه ومن لا يتحلى بالقيم الاجتماعية الفاضلة لا يمكنه غرسها ومن ينادم الرزيلة لا يمكنه التحذير منها المعرفة التامة بطبيعة الثوابت اللفظية

لكل مجتمع أو حتى لكل جهاز مصطلحات محددة يجب أن يعيها المعد جيدا فمثلا بعض الأجهزة الاعلامية تقول (الكيان الصهيوني) وبعض آخر يستخدم عبارة (العدو الصهيوني) وبعض ثالث يستخدم عبارة (إسرائيل) ولكل مصطلح دلالاته التي تحدد موقف المؤسسة الاعلامية من قضية فلسطين وأي خطا في اللفظ قد يعني الكثير ... كذلك بعض الدول تستخدم عبارة الأخ الرئيس وبعضها يستخدم عبارة السيد الرئيس وبعضها جلالة الملك وبعضها صاحب السمو أو سمو وبعضها خادم الحرمين الشريفين وبعضها العاهل وبعضها جلالة السلطان المعظم وما إلى ذلك من مصطلحات تبدأ بقمة الهرم وتنتهي بالتعاملات الرسمية وحتى الشعبية وعلى المعد أن يكون حريصا جدا لأن أي خطأ في استعمال هذه الاصطلاحات قد يكلف الكثير.

وفي قضية العراق على سبيل المثال تستخدم بعض الأجهزة عبارة (الاحتلال) الأمريكي وبعضها يستخدم عبارة (الجيش) الأمريكي ولكل مستخدم دلالاته وموقفه ومقصده.

هذه هي الصفات الأساسية التي يجب أن تتوفر في معد البرامج بجانب الصفات الأخرى التي ورد ذكره

الإعداد: .

يبدأ الإعداد دائما بالفكرة وتحديد الهدف ... ومن المفترض ألا يبدأ المعد مباشرة بتدوين الفكرة إلا في شكل نقاط يخاف عليها الضياع والنسيان ....

النقاط والأهداف التي يسجلها المعد في البداية عبارة عن تساؤلات منها :. ما الهدف من المادة المعدة أو البرنامج ؟؟من هي الشريحة أو الشرائح المستهدفة ؟؟؟ ماهي العوامل المساعدة المطلوبة ؟؟؟؟ كم مدة المادة أو الحلقة وكم عدد الحلقات ؟؟؟؟؟ في أي ساعة من ساعات اليوم يتم البث والإعادة ؟؟؟ . ماهي المعلومات المراد توصيلها من خلال المادة وكيف يتم توفيرها ؟؟؟ . ماهي المحاذير التي تنتهجها الحلقة وكيف يتم تجنبها وتجنيب المشاهد لها ؟؟؟ . من هو المخرج الذي يتولى الإخراج وماهي طريقته ؟؟؟ . ماهي المصادر والمراجع المطلوبة وهل هي متيسرة وأين وكيف ؟؟؟هل يوجد معدين مساعدين ومن هم ؟؟؟ ماهي الفترة الزمنية الممنوحة للمعد حتى تاريخ تسليم المادة ؟؟؟

بعد التأكد من الإجابة على هذه التساؤلات الأساسية تكون الرؤيا قد اتضحت أمام المعد تماما وبعدها تبدأ المرحلة الثانية وهي مرحلة اختيار الشكل الأمثل للحلقة أو البرنامج.

قد تستغرق الإجابة على هذه التساؤلات وقتا طويلا وقد لا تستغرق أكثر من دقائق معدودة ويعتمد ذلك على مدى مقدرة ومهارة وجاهزية المعد وخبرته والأهم سعة علاقاته وتنوعها خاصة في البرامج التي تحتاج استضافة أو استشارة تخصصات

معينة.

ومن الأفضل أن لا يبدأ المعد مباشرة بالتدوين وإنما يعطي نفسه فرصة التفكير من خلال المناقشة مع آخرين من أفراد الفريق أو المرتبطين بمادة الطرح أو يعطي نفسه فرصة النقاش الذاتي في مكان هادئ كالجلوس على الكوفي شوب أو المشي على شاطي البحر أو الخروج للبر .... المهم في بيئة غير البيئة التي تحتويه وهو ما يمكنه من الخلود لنفسه واستدعاء عدد من الأشكال التي توسع أمامه الخيارات التي توصله لمرحلة الاستقرار على الشكل النهائي للمادة المراد إعدادها وبإمكان المعد في حال ضيق الوقت اللجوء إلى الخيار غير المحبذ وهو كتابة ما استدعاه الخيال مباشرة ومن ثم التنقيح المستمر حتى الوصول للشكل النهائي للمادة

أنواع الاعداد

أولا الإعداد الإذاعي :.

يعتبر الإعداد الإذاعي تخصصا قائما بذاته ذلك أن المعد الإذاعي يحاول قدر المستطاع عبر الكتابة التي يتلقاها المستمع صوتا أن يستعيض عن الشرح بالكلمات ويجعل المتلقي يتخيل الصورة دون أن يراها... ويعتمد الإعداد الإذاعي على المؤثرات والموسيقى أو الصوت المنغم في بعض المحطات التي لا تستخدم الموسيقى... ويكتب المعد الإذاعي النص بمساحات جمليه تستوعب المقدرات الصوتية للمقدم وذلك عبر الوقفات الجميلة القصيرة المتقطعة التي لا تؤثر على تكامل سلاسة النص وللإعداد الإذاعي فنونه ومهاراته فالمعد الإذاعي لابد له في بداية الأمر تحديد نوع البرنامج والفئة المستهدفة به والفترة الزمنية التي يبث فيها البرنامج حتى يتمكن من انتقاء المفردات المناسبة التي لا تزعج أذن المستمع أو تشتت انتباهه. فالبرامج الليلية لها مواصفاتها المفرداتية التي تختلف عن برامج الصباح والظهيرة...

ففي الليل غالبا ما يكون المستمع مسترخي الأعصاب نوعا ما ويحتاج عبارات رخيمة تتماشى مع الحالة النفسية بعكس الفترة الصباحية التي يكون فيها المستمع قد استيقظ لتوه وجدد نشاطه بعد نوم ليل مفترض وأصبح مستعدا لسماع العبارات الحماسية والقوية التي تحفز فيه روح النشاط والحيوية أما في الظهيرة فالنفسية تختلف وقد أخذ المستمع شد أعصاب يوم عملي بدأ منذ الصباح وحرارة الجو تكون على أشدها بعكس انتعاشه جو الصباح وبرودة جو الليل وهو ما يحتاج عبارات أقدر على إراحة الأعصاب وتهدئة الانفعالات .

أما مادة البرنامج فتخضع لنفس معايير اختيار الألفاظ والعبارات فالبرامج المباشرة التي تصلح للصباح والمساء لا تصلح للظهيرة لأن المشاهد في الفترتين الأوليتين يكون متهيئا للمشاركة بينما في فترة الظهيرة يكون في حاجة ماسة لسماع ما يهدئ فوران أعصابه.

وحتى في المادة الواحدة على المعد اختيار الفواصل الإعدادية المناسبة فمن غير المعقول مثلا أن يكون الفاصل أغنية عاطفية تلهج بالحب في برنامج يتحدث عن ضحايا الكوارث الطبيعية ولا نشيدا وطنيا في برنامج يتحدث عن تقلبات الطقس. بعض المعدين يحاول السباحة عكس التيار غير أن ذلك يتطلب خبرة ومهارات عالية فمثلا عند الحديث عن الكوارث الطبيعية التي عصفت بالملايين وشردت الأسر بالإمكان في حالات تشذ عن القاعدة الإتيان بأغنية عاطفية يبررها المعد عبر النص بعودة ورائية (فلاش باك) لأسطورة معروفة أو أسطورة يوجدها من بنات أفكاره غير أنها تبقى مخاطرة تقود لسقطة إعدادية مريعة لو كان المعد غير متمكن بالقدر الكافي من أدواته وعلى ذلك يكون القياس .

وبجانب انتقاء العبارات المناسبة والجمل القصيرة التي تمكن المذيع من توصيل المادة

بشكل جيد وتريحه في الأداء يجب على المعد الإذاعي الابتعاد عن الإنشاء والسرد الصحفي لأن طبيعة الإعداد الإذاعي تفترض وصول المعلومة دون اللجوء للإطالة التي تبعث على الملل .

الشد في المادة المعدة إذاعيا من أهم الأدوات التي يجب على المعد الاستعانة بها ففي التلفزيون قد تغطى الصورة بعض عيوب النص وقد يلجأ المخرج الذكي للمؤثرات غير أن المادة الإذاعية مادة سمعية بالدرجة الأولى شأنها شأن المسرح لذلك تبقى الكتابة إليها أشبه بما يسمى في اللغة الانجليزية summary وهو يعني التكثيف أو الاختصار الموجز الذي لا يضيع المعنى أو الاختصار الذي يشرح كامل المعنى ويجب أن لا تكون المادة المعدة إذاعيا مباشرة الطرح إلا في الحالات الخاصة التي تستوجب ذلك كبرامج التوعية المباشرة أو الفقرات والمقاطع الإرشادية ... فالمعلومات المراد توصيلها في المادة الإذاعية تكون بأسلوب السهل الممتنع البعيد عن التوجيه المباشر الذي ترفضه أذواق المستمعين في الغالب الأعم الفواصل غير المتباعدة والمعبرة تبقى لعبة هامة في يد معد الإذاعة ذلك إن الأذن غالبا تمل الكلام المتواصل وتحتاج وقفات في كل مرة شأنها شأن بعض أجهزة الكمبيوتر التي تحتاج لعملية حفظ بعد كل مجموعة من الأسطر التي تتم طباعتها لذلك لابد لمعد الإذاعة وفي فترات قصيرة متتابعة يضع فواصلا تعطي المستمع فرصة استيعاب وتخزين ما سمع وما وصله من معلومات حتى يكون متهيئا لاستقبال البقية مثله في ذلك مثل البالونة التي لو داومنا على نفخها بالهواء المتواصل لا تملك غير الانفجار وبالتالي تفريغ كل الهواء الذي نفخناه فيها.

إذا إعداد النص الإذاعي يحتاج لمهارات خاصة أهمها إجادة كتابة النص السهل الممتنع الذي يغلف المعلومة بغلاف غير مباشر ويلبسها ثوب الشد من خلال طريقة

التناول ونوعية الفواصل مع اختيار العبارات المناسبة والجمل القصيرة الأشبه بالحكم والأمثال في بنائها الجمالي.

بعد ذلك يأتي دور المذيع الذي يحتاج مهارات خاصة في توصيل المادة من خلال ضبط السرعة واختيار عداد سرعة معين لكل فترة من الفترات وترخيم الصوت أو تغليظه تبعا للفترة وما إلى ذلك من مهارات المذيع ونحن لسنا بصدد مهارات المذيع في هذا الكتاب ؛ وبعده دور المخرج في اختيار الفواصل الموسيقية ودور مهندس الصوت وغير ذلك من الأدوار المتكاملة في إخراج المادة بشكلها النهائي.

ومن العيوب الكبيرة في أي نص من النصوص الإذاعية وحتى التلفزيونية أن لا يهتم المعد بقراءة النص النهائي ولأكثر من مرة مع المذيع والمخرج مما تنتج عنه أخطاء قاتلة قد تنحرف بجوانب عديدة من النص عن معانيها ومقاصدها الحقيقية خاصة وأن اللغة العربية على سبيل المثال تضم ألفاظا متشابهة الحروف والتركيبات ولكنها مختلفة في النطق باختلاف التشكيل وبعض هذه الألفاظ خادعة قد تعطي جملا مفيدة وأقرب لسياق النص ولكنها جملا قد تكون أضعف من الجمل التي يريدها أو يقصدها المعد في النص وبالتالي تتحول بطريقة غير مباشرة لعيوب إعدادية نتيجة عدم مراجعة المعد لنصه مع المذيع والمخرج . ومثال لذلك عبارة . لم يخرج الجنود من غرناطة إلا بعد وفاة الملك . عبارة يخرج لو قرأها المذيع بفتح الياء تعطي معنى يختلف عن قراءته لها بضم الياء وهي في الحالتين لو وردت في أي نص من النصوص تعطي ذات معنى السياق غير أنها بضم الياء تعطي قوة إضافية للنص لأنها تعني أن الجنود تم إخراجهم بالقوة بينما بفتح الياء تعني أنهم خرجوا بطوعهم وعلى هذا السياق تتعدد المفردات والجمل .

ويجب أن يكون النص المعد إذاعيا خاضعا للرقابة الصارمة من قبل المعد فالانسياق

نحو اختيار العبارات المنمقة وتوليف العبارات من أجل الوصول لجمالية النص قد ينسي المعد خاصة غير المحترف تلك الحاسة الإعدادية ببعدية المعاني فلكل عبارة غير تفسيراتها اللفظية المباشرة تفسيرات غير لفظية يتم استنباطها من المعاني وهذا يرجعنا لما ورد سلفا عن المعد حينما تحدثنا عن أهمية متابعته واهتمامه بما يجري من أحداث اجتماعية أو مجتمعية ؛ فعلى سبيل المثال لو قامت مظاهرات في الدولة التي يعد فيها المعد نصه احتجاجا على غلاء المعيشة وكان المستمع لايزال تحت تأثير تلك الأحداث من الممكن أن يكتب معد هاوي وبسلامة نية نصا عاديا ترد فيه قصة مشابهة أو على أقل تقدير عبارات يفهم منها معنى التحريض مثلا ترد عبارة . عندما يمتلئ البالون بالهواء فإنه حتما سينفجر . مثل هذه العبارات وأشباهها وبسلامة نية قد تتم ترجمتها على غير مقصدها وقد تترتب عليها آثارا وخيمة.

ومن أمثلة فقدان هذه الميزة الهامة في النص الإذاعي أن تكون حلقة من الحلقات جماهيرية أعدت للحديث عن اكتشاف عقار طبي كيميائي هام هدفت الحلقة للترويج له وفي داخل الحلقة يتحدث المعد عرضا عن أهمية الطب الشعبي الذي لا يحمل مخاطر وردود أفعال ما يجعل المستمع في حيرة عن أمره وقد يفسر الأمر تحذيرا من العقار موضوع الحلقة لأنه كيميائي وقد تكون له ردود أفعال فتجيء الحلقة بنتائج عكسية .

ومن الأمثلة على ذلك أن يتحدث المعد عن سقوط غرناطة على سبيل المثال ولم تمضي سوى أيام قلائل على محاولة انقلابية فاشلة في الدولة.

إذا الحس الإعدادي والوعي بأبعاد الفهم وماورائيات الطرح والكلمات والجمل أساسيات ينبغي أن يحتويها النص الإذاعي حتى يبعد عن السقوط والفشل.

ويجب أن يهتم النص الإذاعي بما يشغل بال المستمع ويقترب من القضايا التي تؤرق

المجتمع ويطرح الحلول أو يترك تساؤلات تقود المستمع للحلول فالنص الإذاعي لو لم يشبع مساحة معينة في عقل ووجدان المستمع لن يحظ بالمتابعة والاهتمام فالبرامج المباشرة التي تهتم بقضايا الناس وتستجوب المسئولين وتحمل لهم مشاكل المستمعين تحظى بمتابعة تفوق البرامج الغنائية رغم حب شريحة كبيرة من المستمعين لبرامج الغناء والطرب .

ومن البرامج التي تجد الاهتمام والمتابعة تلك البرامج التي تثير فضول المستمع وللأسف حتى المؤسسات الكبيرة درجت على إرغام معديها على توجيهها في غير طريقها الصحيح في معظم البرامج وأصبحت الإذاعات كالمجلات تتناول فضائح المشاهير والممثلات

مما سبق يتضح بأن النص الإذاعي يجب أن يكون موجزا دقيق التوصيل للمعلومة في غير مباشرة ومتماسك وغير مستعص في عباراته وأسلوب طرحه على مختلف أنماط المستمعين وأن يراعي مسألة الشد وجذب الانتباه حتى يحظى بالمتابعة.

الفوارق التكنيكية والنمطية كثير من المعدين تجدهم جيدين جدا في مؤسسة إعلامية معينة وعند انتقالهم: –إلى مؤسسة أخرى يفشلون في الحفاظ على ما اكتسبوه من شهرة وحتى من براعة ويرجع ذلك لعدة عوامل من أهمها–

أن يكون المعد ضعيفا بالأساس ولكنه في موقعه السابق كان يعمل ضمن فريق والعمل ضمن فريق إعدادي يغطي الكثير من العيوب الاعدادية للمعد لأن المعدين الآخرين يقومون تلقائيا بتغطيته .

أن يكون الانتقال من قناة ذات نمط محدد إلى قناة تختلف عنها في التنميط وعلى سبيل المثال العمل فترة طويلة في قناة دينية يجعل المعد مرتبطا بأسلوب معين ومفردات خاصة ويعتاد على محددات رقابية صارمة حتى إذا انتقل لقناة منوعات أو

غنائية أو غيرها تتشتت قدراته بين الاسلوب الأكثر انفتاحا والأسلوب المصطلح عليه بالمتشدد أو المتزمت وما إلى ذلك من المسميات بغض النظر عن صحة تلك التسميات أو خطأها ومذيع القناة الاقتصادية عندما يتحول لقناة أطفال يواجه ذات الشيء والصعوبات تكمن من حيث الطرح وأسلوب التناول ونوع المفردات المستخدمة لذلك لا ينصح المعد بالاقتصار على إعداد نوع معين من البرامج لفترات طويلة.
أن يكون المذيع قد تعود على برنامج واحد وهو من العيوب الكبيرة لأن شكل البرنامج الطويل الأجل يؤثر على شخصية المعد ولذلك لا ينصح بأن يستمر أي برنامج لمعد لأكثر من دورة أو دورتين تلفزيونيتين أو إذاعيتين ولا أن يستبدل برنامجا انتهت حلقاته ببرنامج من ذات النمط أو من نمط مشابه ولكن عليه أن يتنقل بين أنواع البرامج كل دورة وأخرى وأفضل المعدين من يقوم بإعداد أكثر من برنامج مختلف التصنيف.

ثانيا: الإعداد التلفزيوني .:

يمتاز الإعداد التلفزيوني عن الإذاعي بتركيزه على الصورة بجانب الكلام فالصورة عامل أساسي في توصيل المعلومة المراد توصيلها من خلال الطرح وهو بذلك يكون عكس المعد الإذاعي الذي يركز على مخاطبة الأذن لأن المعد التلفزيوني يركز على الأذن والعين معا ويركز مهاراته على توازن الطرح بين الصورة والصوت في غير خلل في الماضي كان الأمر أكثر تعقيدا بالنسبة للصور غير المتوفرة والتي قد تضطر المعد لبتر أجزاء من النص المكتوب أو الاستعاضة بالظهور المتقطع لوجه المذيع أو المستضافين غير أن تكنولوجيا المعينات التلفزيونية التي تقدمت من خلال برامج الجرافيك وغيرها من البرامج التي شاع استخدامها فتحت آفاق الخيال أمام المعدين ومكنت الأفكار الصعبة من قابلية التنفيذ.
المعد التلفزيوني يكتب الكلمات مستصحبا الصورة بين ثناياها ذلك أن الكلام يجب أن

تصاحبه الصورة المناسبة والموسيقى يجب أن تصطحبها الصورة المناسبة والفاصل يجب أن تكون فيه الصورة عاملا مؤثرا.

ومن عيوب النص التلفزيوني أن يعتمد على الكلام أكثر من الصورة في الإيصال فالصورة يجب أن تغني عن جمل من الكلام وأن يأتي الكلام مختصرا قدر المستطاع لذلك يعتمد النص التلفزيوني الجيد على تكثيف المشاهد الصورية والإقلال من الجمل التعليقية.

ويأتي تكثيف الصورة والتقليل من الكلام بنتائج كبيرة فالتلفزيون عكس الراديو يخاطب فئات قد لا يتمكن الراديو من مخاطبتها كالصم مثلا واللذين يفهمون البرنامج بالصورة لا بالكلام خاصة في حالة عدم توفر لغة الإشارة كما هو شائع في معظم المؤسسات التلفزيونية.

والنص التلفزيوني الجيد هو النص الذي يتوخى الصورة الأفضل من بين العديد من الصور وتكون لغته رفيعة قدر المستطاع وفواصله الجمالية في النص المتماسك تعطي الفرصة للمخرج لوضع مزيد من الصور الجمالية المكملة للنص وأن لا يحتوي جملا ترغم المخرج على الاستعاضة عنها بوسائل غير صورية كالكتابة أو الصور غير المناسبة ... فالنص التلفزيوني بالأساس هيكل يضعه المعد وتتم تغطيته من قبل المخرج بالصورة ؛ فالجمل الإنشائية في كثير من الأحيان تضطر المخرج لاستدعاء وسائل بصرية قد تكون غير مناسبة في التغطية .

ولا يقتصر الإعداد التلفزيوني على كتابة النص إذ لابد للمذيع الجيد من وضع ال running script . أو تسلسل النص الذي يمكّن المخرج من التنفيذ السهل والسليم للمادة التلفزيونية المراد تنفيذها بعض المعدين يكتب النص التلفزيوني كمادة إنشائية عادية ثم بعد ذلك يحاول الحذف منه والإضافة إليه حسب إمكانية توافر الصورة وهو

ما يضعف النص بكل تأكيد ويجعله كالجلباب المرقع .وبعض آخر يكتب النص ويترك الأمر للمخرج ليحذف منه ما لا تتوفر فيه الصورة ويترك الباقي ؛ لذلك كثيرا ما نجد مواد تلفزيونية تبدأ بتسلسل معين ثم ينقطع ذلك التسلسل غالبا بصورة أو جولة سريعة على خلفية موسيقية ومن ثم يتواصل النص ولكن من غير المكان الذي انقطع عنده أو نجد نصوصا تقفز بين قطعة وأخرى بفواصل غير مبررة وذلك يأتي لعدم خبرة المعد وورطة المخرج وهو ما يعتبر في مجمله ضعفا في المادة المقدمة.

أما البرامج المباشرة والتي تهتم بمشاركة المشاهدين فيتكون النص الواحد فيها من ثلاثة أركان إعدادية.أول هذه الأركان هو الربط بين الفقرات والذي يقرأه المذيع وهو المقدمة الترحيبية بالمشاهدين وتعريف الحلقة ثم التمهيد للفقرة وإنهاء الفقرة وختام الحلقة .

الركن الثاني هو الأسئلة والحوارات التي يديرها المذيع أو عدد من المذيعين مع المتصلين من المشاهدين وأيضا الحوارات التي يتم طرحها على ضيوف الحلقة.

الركن الثالث هو إعداد الفواصل والتقارير القصيرة التي تتخلل الفقرات.

ويتم إعداد الثلاث أركان في نص واحد معظم الأحيان إلا في الحالات التي يوجد فيها أكثر من معد للحلقة عندها سيكون المعد الرئيسي هو الممسك بزمام تماسك النص وتوزيع أركان الإعداد للمعدين المساعدين حسب العدد والإمكانيات الذاتية لكل معد وسنأتي لاحقا على تفاصيل مهارات إعداد كل ركن من هذه الأركان.

المهم في النص التلفزيوني أن يكون متوازنا بين الصورة والصوت مع ترجيح الصورة وأن يبعد عن الإنشاء ويكون رفيع اللغة في غير تعال على المشاهدين ومدعما بالفواصل والتقارير والريبورتاجات التي تخدم المادة وأن يبعد قدر المستطاع عن مباشرة الكلام ويعتمد تأثيرات الصورة وتعبيراتها بقدر أدق.

الإعلان وإعداده

أحد الوظائف التسويقية مدفوعة الأجر والتي تعتمد عليها المنظمة لتعريف العملاء بالمنتج وحثهم على الشراء. وقد يكون الإعلان عن سلعة أو خدمة أو فكرة أو شخص.

هو وسيلة غير شخصية للاتصال بالجمهور.

الإعلان هو فن التعريف (فن التصميم والاخراج)

الإعلان هو وسيلة اتصال إقناعيه موجهه للجمهور لتوصيل المعلومات.

ولتعريف تعريف المعلن إليه بموضوع الإعلان والعمل على جذب الانتباه.

اقناع الجمهور بالمنتج المعلن عنه لزيادة الأرباح.

تعريف جمعية التسويق الأمريكية الإعلان يمثل شكل من اشكال التقدم غير الشخصي والترويج للأفكار والسلع والخدمات لحساب شخص أو جهة محددة.

أهداف الإعلان

الإعلان التعليمي: يهدف إلى تعريف المستهلك بالمنتج وكيفية استخدامه.

الإعلان الإرشادي: يهدف إلى تعريف المستهلك أماكن بيع المنتج وأسعار بيعها.

الإعلان التنافسي: يهدف إلى إبراز خصائص المنتج بالنسبة للمنتجات المنافسة وتفضيل التعامل مع متجر معين دون الأخر

الإعلان التذكيري: يهدف إلى تذكير المستهلك بالسلعة ومزاياها.

ما المقصود بالحملة الإعلانية:

برنامج إعلاني مدفوع الأجر يسعي إلى تحقيق أهداف معينة خلال فترة زمنية محددة. موجه الى فئة معينة من الجمهور المستهدف (الحالي والمرتقب)

أنواع الحملات الإعلانية

من حيث الجمهور المستهدف

١- حملة إعلانية للمستهلك لتعريفه بالمنتج واقناعه بالشراء
٢- للموزعين موجه للوكلاء الموزعين لتوصيل معلومات عن منتج المنظمة لحثهم على التعامل معها.
٣- للمشترى الصناعي لتوصيل معلومات عن المنتجات والسياسات الخاصة بالمنظمة.

من حيث الوسائل المستخدمة

١- حملات إعلانية صحفية.
٢- منشورات.
٣- حملات تلفزيونية.
٤- حملات إذاعية.

من حيث الأهداف:

١- حملات إعلانية لإثارة الطلب الأول" منتج معين".

٢- حملات إعلانية الطلب الانتقائي " ماركة معينة " ناشيونال.

من حيث الوسائل المستخدمة

- تليفزيون
- منشورات
- إذاعة
- مجلات
- صحف

من حيث المنطقة الجغرافية

- حملة إعلانية دولية: إعلان في أكثر من دولة لترويج ماركة معينة.
(تحتاج حجم كبير من الإنفاق)

- حملة إعلانية قومية: يغطي إقليم الدولة الواحدة
(برسيل) (ببسي)

يحتاج حجم كبير من الإنفاق (صحف – مجلات – إذاعة)

- حملة إعلانية اقليمية: تغطي اقليم معين.
- حملة إعلانية محلية: تغطي منطقة جغرافية محددة داخل الأقاليم (مصر الجديدة).

توقيت الحملة الإعلانية

- حملة قبل نزول المنتج الجديد إلى السوق لماذا؟ لتهيئة المستهلكين وإثارة اهتمامهم

(ترقبوا الافتتاح الكبير)

- حملة في بداية المنتج الجديد إلى السوق
  حتى يذهب المستهلك لشرائها بمجرد الإعلان عنها.

- بعد نزول المنتج الجديد للسوق وشرائه من جانب المستهلكين
  تأكيداً لصحة قرار الشراء من جانب المستهلك

العوامل المؤثرة في تخطيط الحملة الإعلانية

١-خاص بالمنظمة: سمعة المنظمة، المركز المالي، حجم المنظمة في السوق

٣- **خاص بالمنتج:** منتج قائم، منتج جديد، شكل العبوة، مميزات المنتج

٣-**خاص بالمستهلك:** نوعية المستهلك الحالي نوعية المستهلك المرتقب حجم المستهلكين أماكن المستهلكين

٤-**خاص بالسعر: السعر** الحالي علاقته بالأسعار المنافسة

٥-**خاص بمنافذ البيع:** عدد الموزعين اماكن تواجدهم درجة تعاونهم

٦-**خاص بالوسائل الإعلانية** تلفزيون – صحف......... أفضلها يصلح للمنتج

٧-**خاص بجدولة الإعلان: توقيت** الإعلان **حجم** الإعلان
تكرار الإعلان

٨-**خاص بالتشريعات: قوانين** قواعد

مستلزمات تكوين الرسالة الإعلانية المرئية والمسموعة

١-التركيز بشكل أكبر على جذب الانتباه:

وذلك من خلال المؤثرات الصوتية المميزة، أو الموسيقى المميزة، أو أي أسلوب تقني آخر يجعل المشاهد أو المستمع يوجه أنظاره أو أذنيه إلى الوسيلة الإعلانية إذاعة أم تلفزيون.

٢-التركيز على إثارة الاهتمام:

وذلك من خلال التركيز لأكثر من مرة على المغريات والوعود المتضمنة في السلعة / الخدمة المعلن عنها ، وهذا أمر مهم لأن الرسالة الإعلانية الإذاعية والتلفزيونية غالباً ما تكون قصيرة ، ويرى بعض خبراء الإعلان أن الرسالة الإعلانية التلفزيونية خصوصاً يجب أن تتضمن تكراراً منسقاً لاسم السلعة ونقاطها البيعية ومزاياها الفريدة ، وتشير دراسات بهذا الخصوص أن التكرار المتنوع يعزز مهمتي تثبيت اسم السلعة في الذاكرة ، وإثارة الاهتمام ، وعليه فإن على كاتب الرسالة الإعلانية المرئية والمسموعة أن يقول الشيء نفسه عن السلعة بأساليب متنوعة ، ليس فقط في أوقات مختلفة ضمن الرسالة ، وإنما أيضاً في رسائل مختلفة ، حتى لا يصاب المشاهد أو المستمع بالملل والضجر .

٣-ضرورة تنمية رغبة التفضيل للسلعة والترغيب بشرائها:

وهذا يتم من خلال الأساليب التالية:

أ-الطرح المباشر لخصائص ومزايا السلعة:

حيث تتضمن الرسالة الإعلانية سرداً لمزايا السلعة مع التركيز على الوعود الفريدة.

ب–التركيز على صورة المؤسسة:

وهو أسلوب عقلاني رشيد مما هو عاطفي، حيث يتم تسليط الضوء على صورة الشركة لتركيزها بشكل إيجابي في أذهان المستمعين أو المشاهدين، وهذه الرسائل الإعلانية تصلح للإعلان المؤسساتي الذي يهدف إلى التعريف بالمؤسسة ككل وليس فقط بمنتجاتها.

ج–التركيز على تقديم البيئة والبرهان والدليل:

إن تأكيد مصداقية الادعاءات المطروحة حول السلعة يعد أمر في غاية الأهمية هنا. وفي كثير من الإعلانات تظهر شخصيات معروفة في الغالب مثل إعلان سيراميك الجوهرة / الذي تظهر فيه الفنانة يسرا والفنان عمر الشريف، وهما يروجان بشكل مباشر أو غير مباشر للسلعة أو الخدمة، مما يعزز مصداقية الادعاءات لدى المشاهد.

د–الدعاية أو روح المرح:

وهي نوع من المتعة للمشاهد أو المستمع، يلجأ إليها المعلنون لإضفاء لمسات فرح أو حبور على جو الإعلان، وأحياناً تسمح طبيعة السلعة أو الخدمة المعلن عنها باللجوء إلى جو الدعاية والمرح. لكن ينبغي عدم المغالاة فيها، واستخدامها بحذر وتوازن، حيث أن كثير من السلع والخدمات ذات الطبيعة (الجدية) لا تحتمل الدعاية.

هـ –خلفية موسيقية ملائمة:

سواء كان الإعلان في التلفزيون أو الإذاعة، فإن الخلفية الموسيقية، والمؤثرات الصوتية ضرورة لابد منها لإضفاء نوع من الشفافية والرومانسية والانطباعية على الرسالة الإعلانية وأيضاً على السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

وقد تكون الموسيقى على شكل أغنية أو منولوج أو نشيد. المهم في الأمر أن تتناسب الموسيقى الخلفية مع هدف الرسالة الإعلانية.

و –الدراما:

بعض الإعلانات تحتاج إلى لمسات درامية، حيث يستخدم حوار درامي له علاقة بالسلعة الخدمة المعلن عنها، لتضخيم مشكلة ما، مثلاً، والعمل على حلها من خلال استخدام السلعة الخدمة المعلن عنها.

(غالباً ما تركزت الحملات الإعلانية الخاصة بالمنظفات على مشكلة البقع التي يصعب إزالتها بالمنظفات الاعتيادية، ويأتي الاقتراح من المعلن بأن المنظف المعلن عنه هو الحل لمشكلة البقع العنيدة).

٤–ضرورة توفر البساطة والخصوصية والمصداقية والحقيقة في الرسائل الإعلانية المرئية والمسموعة:

إن مثل هذه الشروط ينبغي أن تتوفر في جميع الرسائل الإعلانية طبعاً إلا أن للتلفزيون بالذات خصوصياته ، فقد أوضحنا آنفاً أن التلفزيون يدخل بيوت الناس بدون استئذان ، وعليه فإن على كاتب الرسالة الإعلانية التلفزيونية والإذاعية أن يوفر للمشاهد أو المستمع فرصة لاستيعاب الرسالة ، وهذا الاستيعاب لا يتحقق إذا كانت الرسالة معقدة وغير مفهومة ، أو إذا كانت مبالغ فيها جداً لدرجة عدم التصديق بها ،

وبالتأكيد فإن المصداقية والحقيقة ينبغي إن تتوفران في رسائل إعلانية تخاطب الجمهور بشكل مباشر ، هذه الخواص جميعها ضرورية ، بحكم قصر الرسائل الإعلانية في الوسائل المرئية خصوصاً .

يقول (Kotler) في هذا المجال: ((إن من أبسط، أهم مستلزمات الرسالة الإعلانية المرئية)):

أ–أن تكون مباشرة وشخصية قدر المستطاع.

ب–أن تكون موجزة لكن ليس على حساب ترك المشاهد مع نصف الحقيقة عن السلعة/ الخدمة المعلن عنها.

ج–أن تتوفر فيها مصداقية بحدود كبيرة (من خلال دعم الادعاءات والوعود بالبيئة والبرهان والدليل).

د–ألا تكون خيالية أو مبالغ فيها.

هـ–ألا تنغمس في تفاصيل ثانوية على حساب الجوهر.

و–أن تبرز فقط الوعود والادعاءات المتميزة أو الفريدة.

ز–أن تخاطب عقل وقلب مستقبل الرسالة.

ح–أن تكون عناصرها متجانسة ومتناغمة

مثال:

الصوت	الصورة
أغنية "أريد ان اشترى العالم وأملأه بالحب وأشجار التفاح والحمام" أريد أن احتضن العالم وأغنى نغاما رائعة. وأريد ان أشترى للعام كوكا كولا أريد ان احتضن العالم كله واغنى له أغنية "ما يريده العالم اليوم " بتوزيع موسيقى عال أريد ان أشترى للعالم كوكاكولا لكي احاف على صحته هذا ليس حلما بل حقيقة ما يريده العالم اليوم هو كوكاكولا هذا هو الواقع كوكاكولا	نقطة قريبة لوجه فتاة وهي تغنى. ترجع الكاميرا الى الخلف وتصور فتاه أخرى وشاب يغنيان بصاحبة الفتاه الاولي ثم يغني أيضا شباب وفتيات يلبسون ملابس شعبية ويحملون كوكاكولا في أيديهم ويغنون وهم منسجمون بالغناء لقطة قريبة لوجه الفتاه الاولي وهي تغني مجاميع كبيرة من الأولاد والفتيات من مختلف الجنسيات يغنون على تل دمج الصور مع بعضها" الأغنية هي: على إحدى تلال إيطاليا تجمع الشباب من جميع انحاء العالم لكي نقدم لكم هذه الرسالة من شركة كوكاكولا. انه شيء حقيقي وأبعد ما يكون عن الخيال. انه كوكا

المصطلحات الفنية المستخدمة في مجال الكتابة للراديو التليفزيون

***المخرج Director:**

هو الفني المسؤول الأول عن الفيلم، وعلى عاتقه تقع مسؤولية جميع العاملين في الفيلم من فنانين وفنيين.

***المنتج Producer:**

هو الذي يمِّول الفيلم، وقد يكون شخصاً واحداً، أو شركة.

***المؤلف Writer:**

هو واضع القصة الأساسية للفيلم.

***مدير الإنتاج Director:**

هو المشرف على الشؤون المالية للفيلم، ويتولى وضع الميزانية بالتعاون مع المخرج والفنيين المختصين.

***مهندس الديكور والمناظر Art Director:**

هو المسؤول عن رسم، وإعداد، ومراقبة تنفيذ الديكورات والمناظر المطلوبة للفيلم.

***مدير التصوير Director of photography:**

مصوِّر ممتاز له خبرة كبيرة في هذا المجال، يتولى الإشراف على عمل المصوّر ومساعده، ويختار زوايا التصوير، وكيفية الإضاءة، وقد يكون المصوّر مديراً للتصوير في نفس الوقت.

***كاتب السيناريو** Script – Writer أو **السيناريست Scenarist:**

هو الذي يتولى ترجمة القصة إلى لقطات، ومشاهد، وترقيمها وترتيب تسلسلها.

***المصَوّر Cameraman**

هو المصوّر السينمائي المكلَّف بإدارة آلة التصوير، والتقاط مناظر الفيلم.

***المونتير Editor:**

المسؤول عن عملية المونتاج.

***الماكيير Maquilleur:**

هو المتخصص الذي يقوم بعملية الماكياج.

***ريجيسير Regisseur:**

هو المتعهد بتقديم الممثلين الثانويين للمخرج بعد أن يتعاقد معهم، ويختارهم من خلال تعليمات المخرج عن الأشخاص اللازمين للفيلم، ونوع الأدوار التي سيقومون بها.

***لقطة رئيسية Master shot :**

اللقطة الرئيسية هي لقطة واسعة تضم ممثلا أو أكثر، وتنتقل خلالها آلة التصوير لتتابع حركة الممثلين خلال المشهد.

***لقطة ثنائية Two-shot :**

تضم اللقطة الثنائية كلا الشخصين اللذين يظهران فيها

***فوق الكتف Over-the-shoulder :**

هي اللقطة التي تنظر فيها الكاميرا إلى وجه أحد الممثلين من خلف الممثل الآخر

***اللقطة القريبة Close-up :**

هي اللقطة التي تشمل الوجه فقط، أو الوجه والرقبة، أو الوجه والرقبة والكتفين لممثل واحد.

***لقطة الصدر Bust Shot :**

هي لقطة لممثل واحد يظهر فيها صدره أيضا.

***لقطة الوسط Waist shot :**

لقطة يصل حدها السفلي إلى وسط الممثل.

***لقطة كبيرة جداً Big close up :**

هي لقطة مقربة من الجزء المراد تصويره. وبالنسبة لحجم الإنسان فهي لقطة لجزء من الوجه. فقط أو لليد فقط...الخ.

***لقطة كبيرة متوسطة أو منظر كبير متوسط Medium Close – Shot :**

هو منظر يكون في حجم الموضوع بين المنظر الكبير والمنظر المتوسط. وبالنسبة لحجم الإنسان من الرأس إلى الركبة.

***منظر متوسط أو لقطة متوسطة Medium Shot:**

هي لقطة مقربة من الموضوع بمسافة أقرب من اللقطة العامة، ولكنها أبعد من اللقطة الكبيرة. وتظهر الأشياء بوضوح في هذه اللقطة، وبالنسبة لحجم الإنسان فهي تظهر من الوسط إلى أعلى.

***منظر عام متوسط أو لقطة عامة متوسطة Medium Long Shot**

هو منظر يكون فيه حجم الموضوع بين المنظر المتوسط والمنظر العام.

***منظر عام أو لقطة عامة Long Shot**

هو منظر يؤخذ من مسافة بعيدة جداً عن الموضوع المراد تصويره، بحيث تظهر بعض التفاصيل، أما بالنسبة لحجم الإنسان فهي تظهر الجسم كله.

***منظر كامل أو لقطة كاملة Full Shot**

هي اللقطة التي يبدو فيها الشخص، أو الشيء المصوّر بكامل طوله بالكادر داخل إطار الصورة المصوّرة، أو منظر حجرة بالكامل.

***منظر استعراضي بان Pan**

هي حركة أفقية للكاميرا على محورها الرأسي أثناء تصويرها للمنظر.

***منظر بزاوية مرتفعة High Angle shot**

هو منظر يؤخذ من مستوى أعلى من مستوى الموضوع المراد تصويره.

***منظر بزاوية منخفضة Low Angle shot**

هو منظر يؤخذ من مستوى أقل من مستوى الموضوع المراد تصويره.

***منظر دخيل أو لقطة دخيلة Insert**

منظر أو لقطة تظهر عنواناً في جريدة، أو بعض السطور في كتاب، أو مفكرة، أو علامة شارع مثلاً.

***لقطة اعتراضية Cut – away & Cut – in**

جملة فيلميه تحول انتباه المشاهد عن الحدث الرئيسي، مثل منظر يظهر رد فعل طفلة في حجرتها للشجار الذي يدور بين والديها مثلاً.

***لقطة متحركة Dolly shot**

هي التي تصور من خلال العربة المتحرِّكة فوق العربة الخاصة بذلك.

***لقطة تتبع شاريو Tracking shot**

تتحرك الكاميرا أثناها على ترولي خاص بذلك لتتبع الفنانين أو لإظهار تفاصيل معينة.

***حركة رأسية تلت Tilt**

هي حركة عمودية رأسية للكاميرا، على حامل ثلاثي مثبتَّ أثناء التصوير.

***تلت لأعلى Tilt Up**

تحريك الكاميرا أثناء التصوير لأعلى.

*تلت لأسفل Tilt Down & Pan Up

تحريك الكاميرا أثناء التصوير لأسفل.

***الحركة السريعة Accelerated Motion**

تعرض فيها اللقطة أو المشهد بسرعة أكبر من السرعة الحقيقية، فتبدو الشخصيات وكأنها تحرك بصورة تثير الضحك

الحركة البطيئة Slow Motion

تعرض فيها اللقطة أو المشهد بسرعة أبطأ من السرعة الحقيقية، فتبدو الشخصيات وكأنها تطير في الهواء أثناء سيرها.

***توافق اللقطات Matching**

يتكون المشهد المصور من عدة أجزاء، والطريقة المتبعة هي أن تصور لقطة رئيسية، تشمل مضمون المشهد في لقطة واسعة تغطي أكثر ما يمكن من المشهد، ثم نتجه إلى

التغطية التي تتضمن لقطات قريبة ولقطات من فوق الكتف، ثم تجمع هذه الأجزاء المتعددة لكي تبدو على الشاشة في حركة مستمرة، ومرتبطة، ومنطقية.

***حركة Action**

الكلمة التي يقولها المخرج للممثلين ليبدأوا في تأدية اللقطة.

***اقطع Cut**

الكلمة التي يقولها المخرج لإيقاف تصوير اللقطة.

***كادر أو إطار Frame**

صورة واحدة فقط من سلسلة الصور المطبوعة على الفيلم.

***ظهور تدريجي Fade – in**

يبدأ المنظر مظلماً تماماً ثم يضاء تدريجياً حتى يتضح في النهاية، وبالنسبة للصوت يعني ذلك رفع الصوت تدريجياً من الدرجة الخافتة الغير مسموعة إلى الدرجة المطلوبة.

***اختفاء تدريجي Fade – Out**

هو عكس الظهور التدريجي تماماً.

***المزج Dissolve**

اختفاء منظر تدريجياً في نفس وقت ظهور منظر آخر تدريجياً.

***المسح Wipe**

الانتقال من منظر إلى منظر آخر بواسطة خط يمر عبر الشاشة ليمسح المنظر الأول ويحل محله المنظر الثاني.

***طبع لقطتين فوق بعضهما Superimpose**

عبارة عن طبع لقطة فوق لقطة أخرى بحيث يمكن عند عرض الفيلم رؤية اللقطتين من خلال بعضهما البعض.

***الكاميرا Camera**

هي آلة التصوير نفسها، والتي يوضع الفيلم بداخلها لتلتقط المشاهد.

رافعة تشابمان Chapman crane

جهاز ضخم مثبت على عربة نقل، وتثبت فيه آلة التصوير عند نهاية ذراع ضخم طويل متوازن بأثقال خاصة، وهناك مكان يتسع لجلوس المصوِّر، والمخرج، والمختص بضبط التركيز البؤري، بجوار آلة التصوير، ويُرفع هذا الذراع أو يُخفض أو يُدار في أي اتجاه باليد بواسطة مقبض على مستوى الأرض أو على سطح العربة.

***ذراع الميكروفون Boom**

ذراع طويل يثبت عليه الميكروفون.

***عربة دوللي Dolly**

عربة تحمل الكاميرا، والمصور، وتتحرك بهما، ولكن ليس لأعلى أو لأسفل.

***موفيولا Moviola**

جهاز يستخدمه الشخص المسؤول عن مونتاج الفيلم، أو المونتير ليؤدي مهمة المونتاج.

***الكلاكيت أو المصفقة Clapper**

هي عبارة عن قطعتين من الخشب متصلتين بمفصَّلة من أحد الأطراف، يطرق الجزء العلوي منهما الجزء السفلي أمام آلة التصوير في بداية تصوير كل لقطة، وذلك لتسهيل مطابقة الصوت والصورة معاً أثناء تركيب الفيلم في المونتاج.

***السيناريو Script**

هو الفيلم على الورق، ويكتب فيه حوار شخصيات الفيلم، وشرح المشاهد واللقطات.

***المونتاج Montage-Editing**

عملية اختيار وترتيب اللقطات، ووصلها بالتي تليها بطريقة المزج، أو المسح، أو طبع اللقطات فوق بعضها، وتركيب الصوت من حوار، وموسيقى، ومؤثرات، حتى يصل الفيلم إلى شكله النهائي.

***الديكور أو المناظر Décor set**

مناظر تعد لتصوير مشهد أو أكثر في الفيلم.

***البلاتوه Plateau**

هو الجزء الذي يجري التصوير فيه داخل الاستوديو.

***موقع Location**

مكان خارج الاستوديو يختاره المخرج ليصور فيه مشهداً أو عدة مشاهد من الفيلم.

***مقدمة الفيلم Trailer**

هو عبارة عن أجزاء من الفيلم الأصلي، ويعرض في دور السينما أو التليفزيون للإعلان عن الفيلم الأصلي.

***النسخة الأم Standard**

مصطلح يطلق على النسخة النهائية من الفيلم، أي بعد طبع فيلمي الصوت والصورة معا.

***السَّرد Narration**

وهي غالباً ما تكون في الفيلم الروائي، حيث تقوم إحدى الشخصيات بسرد القصة.

*المؤثرات الخاصة Special Effect

هي أي تأثيرات تستجد على الفيلم بعد تصويره في القسم الخاص بالمؤثرات الخاصة

تدريبات عملية للفصل التاسع

تدريب عملي(١)

تم تكليفك بكتابة نص يراعي مجموعة القواعد التي تحكم الكتابة الإذاعية حول

١-التوعية بمخاطر إدمان المخدرات بين الشباب

٢-دعم المشاركة السياسية للمرأة

في إطار حديث مباشر مدته خمس دقائق يقدم في إذاعة البرنامج العام موضحا ما يلي

- المقدمة
- جسم الحديث
- الخاتمة

....

....

....

....

....

....

تدريب عملي رقم ٢

قرأت مقالا في صحيفة يومية عن الأضرار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي قم بعمل مجلة إذاعية تستوفى فيها جميع خصائص المجلة الاذاعية ومكونتها مدتها ١٥ دقيقة

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

تدريب عملي ٣

- تم تكليفك بإعداد برنامج تدريبي يستهدف تنمية مهارات مقدمي البرامج على الاتصال الجيد بالضيوف أثناء تقديم البرامج، فما هي تلك النصائح

- ....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

- **تدريب عملي رقم ٤**

اكتب نصا لبرنامج ارشادي تليفزيوني من عشرة مشاهد تليفزيونية يناقش فكرة إرشادية تخدم المجتمع المحلي

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

تدريب عملي رقم ٥

أقرا مقالا يتناول قضية من القضايا العامة وحاول كتابة تصور مبدئي حركي "سينوبسيس" له بداية ووسط ونهاية في عشرة مقاطع.

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

..

تدريب عملي رقم (٦) أقرأ قصة قصيرة وحاول بعد قراءتها كتابة تصور مبدئي في عشرة مقاطع حركية محاولا تحديد العناصر الرئيسية للحدث.

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

تدريب عملي رقم ٧

من خلال دراستك للإعلان قم بعمل إعلان إرشادي إذاعي او تليفزيوني يتناول قضية من القضايا الاجتماعية في الدولة مثل (زيادة السكان– محو الأمية– النظافة الصحية) لمدة ٦٠ ثانية

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

مراجع الكتاب

١-إبراهيم إمام، **الإعلام الإذاعي والتليفزيوني** ط ٢ (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٥.

٢-بركات عبد العزيز، **اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية (أصول الاحتراف ومهارات التطبيق)**، كلية الإعلام جامعة القاهرة، دار الكتاب الحديث، ١٤٢١هـ -٢٠٠٠م.

٣-جون ر بيتزا، **مدخل الاتصال الجماهيري**، ت عمر الخطيب، ط١ (بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ١٩٨٧.

٤-حسن عماد مكاوي، **الأخبار في الراديو التليفزيون**، ط ١، (القاهرة، الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، ١٩٨٩.

٥-حسن عماد مكاوي، **إنتاج البرامج بالراديو النظرية والتطبيق**، ط١(القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٨٩.

٦-حسن عماد مكاوي، **الأخبار في الراديو والتليفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مكتبة الأنجلو المصرية. ط. ١٤٠٩ هـ -١٩٨٩م.

-سعيد الكيلاني ورأفت غنيم الشيخ، **إنتاج المواد الإعلامية في الصحف والإذاعة والتليفزيون**، ط ١ (القاهرة، دار هديل للنشر والتوزيع، الزقازيق ١٩٩٤

٨-عاطف عدلي العبد عبيد، **الإذاعة التليفزيون في مصر الماضي والحاضر والأفاق المستقبلية** ط١ (القاهرة، دار الفكر العربي ٢٠٠٢)

٩-عاطف عدلي العبد، **علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨، القاهرة. ٢٠٠٦ عالم الكتب القاهرة ص٤٠-٤١

١٠-عبد العزيز الغنام، **مدخل في علم الصحافة "إنتاج البرامج الإذاعية راديو تليفزيون** (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣) صـ٣١-٣٢.

١١-عبد الله عمر الفرا،" **تكنولوجيا التعليم والاتصال** " ط٤. (عمان: دار الثقافة ١٩٩٩،

١٢-عبد المجيد شكري، " **تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الراديو والتليفزيون** ط١ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٦).

١٣-فتح الباب عبد الحليم سيد، إبراهيم ميخائيل حفظ الله، **الناس والتليفزيون**، د.ت (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٣) ص ٢٦-٢٧

١٤-ماجي الحلواني، دكتور عاطف العبد: **الأنظمة الإذاعية في الدول العربية**، ط١ (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٧)

١٥-مارشال مألوهان، **كيف نفهم وسائل الاتصال**، ط١ (القاهرة، دار النهضة العربية)

١٦-مصطفى محمد عيسى، **الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعلم** الرياض. جامعة الملك سعود للنشر والطبع، د.ت، ١٩٩٧م.

١٧-محمد سعيد الجو خدار، **مبادئ التمثيل والإخراج** ط١ (القاهرة، دار الكتاب العربي، د ت)

١٨–ملفن ل. ديفلير، **نظريات وسائل الإعلام،** ط١ (القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع ١٩٩٣

١٩-محمد معوض، **مدخل الي فنون العمل التلفزيوني.** مرجع سابق، صـ٩٣:٩٧

٢٠–محمود عبد الرؤف كامل" **علم الإعلام والاتصال بالناس**"، ط١ (القاهر ة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٩٥).

٢١–مصطفي محمد عيسى،" **الإذاعة السمعية وسيلة الاتصال والتعليم**" (الرياض: د.أ، ١٩٩٧).

٢٢-روبرت هليرد، الكتابة للتليفزيون والإذاعة ووسائل الاعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزى، ط١، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤

٢٣–نوال محمد عمر، **الإذاعات الإقليمية** ط١ (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٣)

٢٤–نسمة البطريق، عادل عبد الغفار، **الكتابة للإذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٥.**

٢٥–يوسف مرزوق، " **المدخل الى حرفية الفن الإذاعي** " (القاهرة: د.أ، ١٩٧٦).